



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

UPGRADE NO JORNALISMO: As três fases das publicações de informática no Brasil

Vivian Pinheiro de Macedo

Rio de Janeiro / RJ
2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

UPGRADE DO JORNALISMO: As três fases das publicações de informática no Brasil

Vivian Pinheiro de Macedo

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em nome do curso de Jornalismo

Orientador: Prof. Dr^a Cristiane Costa

Rio de Janeiro / RJ
2010

UPGRADE DO JORNALISMO: As três fases das publicações de informática no Brasil

Vivian Pinheiro de Macedo

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo

Aprovado por

Prof. Dr^a/ Ms. / Esp. Cristiane Costa – orientador

Prof. Dr. Paulo César Castro

Prof. Dr^a Suzy Santos

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro / RJ
2010

MACEDO, Vivian Pinheiro de.

Upgrade Do Jornalismo: As três fases das publicações de informática no Brasil / Vivian Pinheiro de Macedo – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2010.

50 f

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2010.

Orientação: Cristiane Costa

1. Jornalismo de informática 2. Jornalismo de tecnologia 3. Informática no Brasil
I. COSTA, Cristiane II. ECO/UFRJ III. Jornalismo IV. Upgrade Do Jornalismo De Tecnologia

AGRADECIMENTO

Foram muitas pessoas que fizeram parte da minha carreira acadêmica, antes mesmo dela existir. Minha mãe, quem me apoiou quando eu tentava entrar na faculdade e quando eu tentava sair. Meu pai, que sempre tentou me convencer que sou mais inteligente e competente do que eu achava que era. Agradeço minha família em geral, minha irmã e todos os outros que estavam por perto.

Para passar de todos os períodos, contei com muitos amigos que fiz dentro da faculdade. Pedro Gabriel e Fabiane Sansão, que escolheram a habilitação errada, infelizmente. Fernanda Prates, responsável por muitos dos meus seminários nota dez e Pedro Eler, que foi quem me convenceu que eu conseguiria fazer a monografia nesse semestre. Thiago Jansen, que muitas vezes foi quem soube controlar minhas crises com seu abraço e seu beijo.

Na Eco, muitos foram os professores que não esquecerei das aulas, apesar da avaliação já ter passado. Alguns por serem determinantes para minha escolha por Jornalismo, com Augusto Gazir, outros por darem uma atenção especial quando eu estava perdida, como Gabriel Collares e Cristiane Costa.

Fora da faculdade, tive o prazer de manter amigas da época de colégio. Luciana Cassiano e Nívia Maria comprovaram que, apesar das pessoas tomarem caminhos opostos, cada uma em sua universidade, um grupo pode ainda ser unido.

Na curta, porém importante, carreira profissional, encontrei pessoas incríveis e, principalmente, pessoas que acreditavam no meu potencial de aprender com elas. Em especial Roberto Cassano, que me passou desde contatos para a realização de diversas entrevistas para a pesquisa até me dar uma licença-monografia quando estava no momento mais crítico do período.

Enquanto fazia essa pesquisa também tive a oportunidade de conhecer, mesmo que por telefone, profissionais extraordinários com quem nunca imaginei conversar. Todos os jornalistas que entrevistei para essa monografia e gentilmente me atenderam, me ajudaram e criaram todas as páginas que escrevi. Nelson Vasconcellos, Pedro Giglio, Guilherme Werneck, Juliano Barreto, e especialmente Pedro Dória, que ganhou uma fã.

Muita dessas pessoas nem imaginam o quanto foram importantes nesses quatro anos de curso e que tenho muito a agradecer a cada uma delas. Eu nunca faria uma página desse trabalho se não houvesse pessoas que segurassem minha mão e dissessem “você consegue”.

A informática não tem mais nada a ver com computadores.
Tem a ver com a vida das pessoas.

NEGROPONTE, Nicholas

MACEDO, Vivian Macedo. **Upgrade Do Jornalismo**: As três fases das publicações de informática no Brasil. Orientador: Cristiane Costa. Rio de Janeiro, 2010. Monografia (Graduação Em Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 50f.

RESUMO

A pesquisa pretende demonstrar as mudanças na cobertura de informática, nos principais jornais e revistas brasileiros, dos anos 70 até hoje, analisando os motivos que levaram às modificações de público e temática. Se inicialmente as publicações eram focadas em tutoriais para os chamados “micreiros”, hoje os artigos são voltados para comportamento e cultura tech. O estudo foi feito a partir de entrevistas com editores, ex-editores e repórteres do *Link* (Estado de São Paulo), *Digital* (O Globo) e *Info Exame* (Editora Abril), entre outros. A ideia foi reunir informações sobre a transformação da cobertura de tecnologia nos últimos 30 anos e identificar qual foi a influência dos avanços da tecnologia nesse upgrade do jornalismo de informática.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. Versão 1.0, quando o jornalismo de informática falava sobre as máquinas	5
3. Versão 2.0, quando o jornalismo de informática falava sobre as pessoas	14
4. Versão 3.0, quando o jornalismo de informática falava por todos os meios.....	25
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
6. BIBLIOGRAFIA.....	39
7. ANEXOS.....	I

1 – Introdução

Nos anos 70 apareceram as primeiras revistas de informática, publicações que essencialmente falavam sobre computadores, suas funcionalidades e como utilizá-los. Elas explicavam o que fazer com tantos botões luminosos daquelas grandes máquinas e como tirar proveito daquela tela escura e esverdeada onde só apareciam letras.

Três décadas se passaram, na verdade 35 anos, e as publicações sobre informática continuam falando sobre computadores, só que com menor frequência. Hoje as revistas e suplementos discutem a tecnologia, cibercultura, comportamento e redes sociais, mas dificilmente falam sobre como usar o computador. As máquinas não são mais as protagonistas do jornalismo de informática, essa parte é a que menos importa atualmente.

Esse trabalho vai mostrar o caminho dessa transformação, do contínuo *upgrade* que o jornalismo de tecnologia vem sofrendo desde a década de 70. Será feito um acompanhamento de como as publicações se comportaram diante das inovações tecnológicas e como elas se reinventaram, o que possibilitou que o jornalismo de informática passasse por diferentes fases. Assim como os computadores mudaram profundamente nos últimos anos, os impressos de informática também estão irreconhecíveis, quando comparados com os primeiros suplementos e revistas especializados lançados no Brasil.

Para analisar e descrever essas mudanças, esse trabalho dividiu o jornalismo de tecnologia em três fases distintas. Essa separação foi pensada pelo jornalista Pedro Dória, que trabalha há 16 anos na área de informática e um dos entrevistados durante a fase de pesquisa. Dória considera que houve duas revoluções no jornalismo de tecnologia, levando a sua divisão em três fases, que se diferem a partir das características do modelo predominante das publicações de informática. A partir dessa ideia inicial, foi desenvolvido mais profundamente esse modelo na monografia.

Essa ideia inicial foi elaborada e consolidada através de entrevistas feitas com repórteres, editores e ex-editores de informática que participaram desse processo de transformação. Foram ouvidos personagens importantes na criação e desenvolvimento das mais importantes publicações, baseando-se não só nas que possuíam maior

tiragem, mas também nas mais lembradas pelos entrevistados.

A primeira fase inicia em 1975 e vai até os anos 80. A segunda fase acontece basicamente ao longo dos anos 90 e a terceira surge já nos anos 2000. A pesquisa da autora e as entrevistas realizadas posteriormente confirmaram a coerência desses três momentos do jornalismo de informática. Assim, todo o trabalho e sua divisão de capítulos foi feita seguindo essas três fases, um modo de simplificar a explicação.

A primeira fase descreve as primeiras publicações de jornalismo de tecnologia no Brasil na década de 70. Muitas vezes descritas como "sisudas", essas primeiras revistas e suplementos especializados eram muito preocupados com a parte técnica, os tutoriais e sofriam forte influência norte-americana, devido à presença e potência do grupo IDG, responsável pelas mais importantes revistas da época. Esse modelo de publicação inaugurado nos anos 70 persistiu até meados dos anos 80.

As publicações da época tinham esse perfil devido ao contexto da tecnologia dos anos 70 e 80, que era pouco acessível e pouco amigável. Limitada ao nicho dos "micreiros", como eram chamados os profissionais que trabalhavam com informática, as publicações sobre computadores tinham a função de serem fontes de informações sobre o uso e otimização das máquinas, que ainda se localizavam basicamente em universidades e centros científicos.

Rapidamente empresas passaram a utilizar as vantagens dos computadores em processar dados e gerenciar planejamentos. As máquinas começaram a se diferenciar e cumprir novas funções, diminuíram de tamanho, ganharam interfaces mais acessíveis e mostraram um novo potencial para ser um equipamento familiar. Assim, nos anos 90, foram popularizados os microcomputadores.

Diante dessa mudança e do aparecimento de diferentes usuários interessados na área de informática na década de 90, o jornalismo de tecnologia desenvolveu sua primeira grande modificação ou, como chamaremos aqui, iniciou sua segunda fase.

O *Informática ETC*, suplemento do jornal *O Globo*, criado em 1991, pode ser considerado o marco que iniciou essa segunda momento do jornalismo de tecnologia no país. Abordando comportamento, cibercultura e as novidades tecnológicas, o caderno mostrou que era possível falar sobre informática para os leitores comuns do jornal e ser atraente e de simples entendimento. A preocupação do suplemento era mostrar para o público que o computador era uma máquina que, inevitavelmente, faria

parte de suas vidas das pessoas.

E nos anos seguintes não foi diferente, o uso dos computadores aumentou, principalmente entre famílias que utilizavam o equipamento para facilitar o trabalho, editar textos e até para entretenimento. As funcionalidades ainda não eram desenvolvidas como as que encontramos hoje e internet ainda não estava popularizada no início dos anos 90. Mas ainda assim aconteceu um aumento exponencial no número de máquinas instaladas no país, especialmente como computadores pessoais.

Esse momento de expansão da informática dos anos 90 fez com que surgissem publicações que falavam de tecnologia de modo mais cultural e menos técnico, além do *Informática ETC*. A simplificação das interfaces e das configurações requeridas para utilizar um computador permitiu que as revistas tomassem outro rumo editorial ao invés focar na área técnica.

A popularização da internet nos últimos anos da década de 90 intensificou a função social que o computador iria desempenhar na sociedade. Com isso, o jornalismo de tecnologia começou a rumar para uma terceira fase, predominante a partir dos anos 2000. Além de expandir ainda mais seus assuntos para além de computadores, apostou na convergência como modo de ampliar o seu conteúdo para outras mídias.

Com a web tomou a função de guia da própria informática, as publicações sobre tecnologia apostaram ainda mais nos temas voltados para comportamento, relações sociais online e cibercultura. A internet possibilitou que esses temas fossem ainda mais relevantes e inovadores, quando relacionados à tecnologia. Assim, ao longo dos anos 2000, houve uma nova reformulação nos impressos de tecnologia que buscavam esse foco cultural e comportamental.

Nessa terceira fase os impressos, não só os de informática, sofreram com a concorrência dos sites de notícias e blogs informativos, que cresciam e ofereciam informação gratuitamente. Esses novos veículos online começavam a se consolidar e tinham como vantagens os recursos multimídia que podiam utilizar e a rapidez de transmitir a mensagem para o público quase em tempo real. Enquanto algumas publicações tiveram problemas para se manterem importantes no mercado editorial, grande parte das revistas e suplementos resolveu unir a mídia impressa e a online para desenvolver um conteúdo mais desenvolvido e diversificado.

Criado em 2004, o *Link*, suplemento do jornal *O Estado de São Paulo*, serve como exemplo da terceira fase. O caderno desenvolveu seu conteúdo voltado para a área cultural da tecnologia e trabalhou com sucesso uma convergência entre seu impresso, seu site e um programa de rádio, formando um modelo em que nenhuma das mídias é mais importante que a outra, elas apenas trabalham de modo diferenciado.

Ainda nessa terceira fase, ocorreu uma diversificação de publicações, impressas e online, voltadas cada vez para nichos mais específicos, apostando em mercados menores, porém fiéis ao produto. Com isso as opções para o leitor aumentaram e cada uma das publicações precisou encontrar seu público que, apesar de menor, é mais exclusivo.

Já no final dos anos 2000, os impressos iniciaram uma nova reformulação com o uso das *tablets*, aparelhos que possibilitam que os suplementos e revistas, antes publicadas em papel, usem recursos novos que só são possíveis em conteúdo digital. Apesar de ainda estar em uma fase inicial, especialmente no Brasil, as versões das publicações para as *tablets* são consideradas uma aposta para uma nova mudança onde os impressos passarão para uma versão digital, apesar de manterem características que tinha no papel unidas às funcionalidades que o aparelho pode oferecer.

Apesar dessas três fases não serem exclusivamente temporais, os modelos de cada uma foram predominantes e desenvolvidos em sua época. Ainda assim, publicações de outros modelos estão presentes fora de suas épocas. Não foi como se todas as revistas mudassem seu conteúdo editorial no começo de cada década seguindo uma novidade. Algumas se reformularam e mantiveram um espaço, outras se desgastaram e saíram do mercado e ainda algumas não modificaram seu conteúdo e continuaram com seu modelo de produção de conteúdo.

No entanto, ao descrever o jornalismo de tecnologia com base nessa divisão, é possível contextualizar as novidades e as reformulações da área, relacionando-as com as inovações tecnológicas que foram surgindo. Serão citadas publicações que muitas vezes não foram as com maior espaço no mercado, mas foram destaque em suas épocas por diferentes motivos.

Desse modo, neste trabalho é discutido o quanto a simplificação e popularização dos computadores influenciou as grandes transformações dessa área do jornalismo. O que se pretende mostrar é o quanto o jornalismo de informática, agora muito mais sobre tecnologia, mudou e consolidou seu espaço nos últimos anos.

Capítulo 2 – Versão 1.0, quando o jornalismo de informática falava sobre as máquinas

“Que haveria um movimento geral de virtualização da informação e da comunicação, afetando profundamente os dados elementares da vida social, ninguém, com a exceção de alguns visionários, poderia prever naquele momento” (LÉVY, 1999, p 32)

Os primeiros computadores produzidos em 1945 são irreconhecíveis para quem os conhece hoje. Eles eram gigantes máquinas de calcular e de processar dados, que ocupavam uma sala inteira e eram muitas vezes de uso restrito de militares e centros de estudo e pesquisa. (ver anexo página I) “A informática servia aos cálculos científicos, às estatísticas dos Estados e das grandes empresas ou tarefas pesadas de gerenciamento” (LÉVY, 1999, p 32).

Apenas alguns anos depois, na década de 70, os computadores sofreram drásticas modificações de interface, funcionalidade e tamanho. Foram inovações que ocorreram com uma rapidez incomum, com a tecnologia avançando aceleradamente em 30 anos. Isso fez com que o pesquisador Steven Jonhson afirmasse que essas mudanças ocorreram na velocidade elétrica, uma referência aos estudos de McLuhan:

“Hoje é a velocidade instantânea que, pela primeira vez, permite o fácil reconhecimento dos padrões e contornos formais da mudança e do desenvolvimento. O mundo inteiro, passado e presente, revela-se agora a nós mesmos do mesmo modo que percebemos uma planta crescendo graças a um filme enormemente acelerado. Velocidade elétrica é sinônimo de luz e compreensão das causas.” (MCLUHAN, 1996, p 353)

Esse ritmo acelerado da tecnologia é perceptível com os computadores. Os equipamentos passaram por uma rápida transição de grandes máquinas para a microinformática, marcada pelo lançamento do *Altair*, primeiro micro produzido para venda em massa. “O primeiro microcomputador, o *Altair*, nasceu em Albuquerque, na Terra do Encantamento, no Novo México, em 1975. Naquele ano, o *Altair* é vendido a US\$397 sendo um kit de inclusão de monitores, discos e impressora elevava os custos para US\$5.000” (LE MOS, 2002, p104). Porém, o alto custo do produto impediu a popularização dos computadores por ainda alguns anos. (ver anexo página

D)

No Brasil, a tecnologia também avançou rapidamente. Em 1971, o Ministério do Planejamento contabilizou 600 computadores instalados no país. A IBM começou a investir no país inaugurando nesse ano a sua primeira fábrica no Brasil, em Sumaré.¹ A previsão era chegar a 2.100 máquinas em solo nacional até 1975. A meta foi superada já em 1973.² O contexto era de febre tecnológica e crescimento do uso de computadores e da informatização no Brasil. As empresas começavam a adquirir computadores e procurar profissionais que entendiam a nova tecnologia.

Mesmo sem aprofundamento nos fatos políticos e econômicos, é importante destacar que, ao longo das décadas de 70 e 80, sucederam-se diversos planos nacionais de desenvolvimento para a área de computação no país, com o fortalecimento da presença do Estado no setor de ciência e tecnologia através de medidas políticas, como a criação de um Ministério específico. Porém, no final dos anos 80, decisões políticas influenciaram o mercado de informática.

Em outubro de 1984 foi aprovada a "Política Nacional de Informática", que impedia a entrada de companhias internacionais de tecnologia no país. Essa reserva de mercado, instaurada por lei, perdurou por oito anos, até 1992, tendo sido apontada como responsável pelo atraso tecnológico das empresas nacionais. (CONTI, 2010, p.4)³

Apesar das dificuldades de um país emergente e da Política Nacional de Informática restringir o mercado do setor, havia usuários de computadores no país desde os anos 70, tanto que foram criadas e mantidas publicações sobre o assunto nessa época.

Mesmo quando as redações ainda eram equipadas com máquinas de escrever, os computadores já eram assunto no país.⁴ O folheto *Datanews*, lançado em 1975, é considerado oficialmente a primeira publicação sobre informática no Brasil. (ver anexo página II) O *Datanews* era um suplemento originalmente publicado no jornal

¹ Informação disponível em <http://www.mci.org.br/fabricante/ibm.html> acessado em 5/9/2010

² Informação disponível em http://www.museudocomputador.com.br/hist_histbrasil.php acessada em 12/9/2010

³ Informação disponível em <http://www.cultura.ufpa.br/dicas/net1/int-h198.htm> acessada em 14/9/2010

⁴ Os computadores nas redações foram implantados em 1983 no jornal Folha de São Paulo, e nos anos seguintes eles se espalharam pelas outras redações brasileiras. Isso deve-se pois, inicialmente, os computadores ainda não eram entendidos como um apoio para o texto, e mantinham uma função mais ligada à cálculos e processamento de dados.

norte-americano *Daily Post* e distribuído no Brasil em inglês durante seu primeiro ano. A partir de 1976, passou a ser editado em português.

Não só o *Datanews*, grande parte das publicações de informática dessa fase do jornalismo de informática eram derivadas e inspiradas em revistas norte-americanas e, conseqüentemente, sofriam grande influência destas. Mantinham os termos técnicos, as resenhas focadas na eficiência do aparelho e tutoriais de configuração. Era mais um material de consulta de informação do que publicações com artigos jornalísticos.

Na década de 70 e 80, surgiram as revistas editadas pela *Computerworld do Brasil*, do grupo *IDG (International Data Group)*, um grupo norte-americano de mídia que era responsável por diversos títulos presentes em todo o mundo e, até hoje, edita cerca de 200 revistas.⁵

Na década de 80, o *IDG* publicava no Brasil importantes títulos como a *ComputerWorld*. A revista, criada em 1983, era voltada para os chamados *micreiros*, como eram chamados os profissionais da área de informática, técnicos e programadores. A *ComputerWorld* é um exemplo para se falar do modelo de publicação que existia na época. Essa revista era voltada para especialistas, que já possuíam conhecimento prévio da área e buscavam informações técnicas para otimizar o uso do computador, como explica Nelson Vasconcelos, repórter de tecnologia desde os anos 80 e atual editor de tecnologia do *O Globo*:

O que era escrito era muito mais direcionado para aqueles que possuem algum conhecimento prévio da tecnologia, quem já trabalhava com isso. Relativamente pouca coisa que saia nos textos sobre computadores era para o curioso, o usuário comum. Nem havia tantos curiosos, o computador não era atraente para todos. (VASCONCELLOS, 2010)⁶

A *IDG* dominava o mercado e editava diversos títulos sobre tecnologia no Brasil, apesar deles não se diferenciarem muito tematicamente entre si e seguirem o mesmo modelo. Suas revistas, mesmo nos anos 90, como a *PC World*, continuam mantendo um modelo de jornalismo de informática semelhante aos das revistas do grupo americano na década de 80. (ver anexo página II)

Como pode-se observar, o jornalismo de tecnologia acompanhou as necessidades do usuário-médio de computadores em cada época. O autor André

⁵ Informação disponível no documento em <http://www.nowdigital.com.br/midiakit> acessada em 2/10/2010

⁶ Em entrevista concedida à autora em 13/09/2010

Lemos descreve em um trecho de seu livro os “clichês” dos usuários ao longo desta evolução, que ele chama de primeira e segunda informáticas. A primeira fase do jornalismo de tecnologia coincide com o que ele chama de primeira informática.

Na época o perfil do usuário da informática também mudava e era sintomático da situação que ora se apresentava. Na primeira informática o analista-programador é um matemático-programador, um analista de sistemas ligado à pesquisa militar e às grandes universidades e institutos de pesquisa. Na segunda informática, a dos mini-computadores, esse profissional torna-se um expert em informática, trabalhando em escritórios de grandes empreendimentos. Com o surgimento da microinformática, o usuário não é mais, ou não precisa necessariamente ser, um profissional, um especialista, um analista de sistemas ou programador. (LE MOS, 2002, p 108)

Os computadores tinham poucos usuários antes da consolidação da microinformática, por serem ainda de difícil utilização. Pelo mesmo motivo, as revistas e suplementos se limitavam a mostrar configurações e programas. O público que usava os computadores e, conseqüentemente, que lia as publicações de tecnologia precisava estudar a área, conhecer a parte técnica do equipamento, configurá-lo e conhecer os programas para saber quais valiam a pena comprar. Como era necessário o conhecimento das especificidades dos computadores ainda pouco acessíveis, as revistas serviam como fonte de informação em português sobre as configurações tecnológicas.

As interfaces dos computadores, essencialmente baseadas em texto e, por muito tempo, monocromáticas, não possuíam uma aparência amigável e intuitiva. Janelas, menus e figuras clicáveis só surgiram no *Lisa*, computador lançado pela *Apple* em 1983. (ver anexo página III) Apesar de ter uma interface gráfica acessível, o preço elevado acabou impedindo seu sucesso. No geral, o conhecimento técnico era um requisito para utilizar o equipamento e, sem ele, era impossível aproveitar os recursos dos computadores, como fala o jornalista Pedro Giglio, jornalista de tecnologia que atualmente trabalha no *Digital* do O Globo:

A questão técnica é muito mais fechada para quem precisa disso, quem vive disso e para quem precisa conhecer esse assunto. Antigamente você precisava configurar um HD, configurar uma impressora e qualquer coisa assim. Hoje você não precisa e se, precisar 50 reais, você paga um cara. Por isso o

caderno de tecnologia tinha essa preocupação em ensinar a técnica. (GIGLIO, 2010)⁷

A temática limitada era reflexo da situação da computação nos anos 70 e 80 que tinha uma função diferenciada da que apresenta atualmente. Os computadores serviam como um instrumento de trabalho, uma ferramenta para cálculos e apenas posteriormente evoluíram para servir como meio de digitalização de informações e, depois com a criação da internet, como meio de comunicação e fonte de entretenimento.

Haviam computadores pessoais, mas era restritos, principalmente no Brasil que não tinha acesso fácil à tecnologia - no país chegavam máquinas atrasadas e com um custo muito elevado. Uma das primeiras máquinas que conseguiram atrair usuários foi a TK-90X, clone do ZX Spectrum, fabricado no país pela Microdigital Eletrônica em 1982. (ver anexo página III) O pequeno computador pessoal possuía um custo baixo em relação aos outros computadores pessoais da época, custava menos de US\$ 200 e possuía bons recursos de som, cor e alta compatibilidade com programas disponíveis.

Porém, a maioria dos brasileiros não tinha acesso a computadores com tecnologia avançada e por isso não conhecia o funcionamento dos equipamentos, que usavam técnicas de programação. O trecho abaixo, tirado de um texto do colunista Julio Dario Borges, falando sobre o seu primeiro computador pessoal, em 1985, exemplifica como era o primeiro contato com a máquina e o que era necessário para operá-la:

Na noite mesma do Natal, eu abri as caixas, desembalei tudo e empilhei as peças do computador – sem entender ainda direito como elas se interconectavam –, com a ajuda do meu irmão. (...) Passava o Natal conosco o futuro marido de uma prima, que sempre me falava no programa “Lotus”, então pedi a ele que nos ajudasse a ligar. Ele não sabia. Passamos o dia seguinte tentando encontrar uma combinação possível de cabos, portas de entrada & saída, e peças que funcionassem. Não havia manual. Ligávamos a CPU, ela dava boot no disk drive, que parecia um pássaro cacarejando, com a luz vermelha sempre piscando... Ligávamos o vídeo, ou “monitor”, mas, na tela, nada aparecia. Demoramos um certo tempo para descobrir, por exemplo, que havia um “disco de inicialização”, que o computador lia, e então, só assim, as coisas aconteciam... Não era como o videogame que você ligava e já aparecia uma tela de apresentação, com

⁷ Em entrevista concedida à autora em 13/09/2010

opções. (...) o computador era uma máquina programável – a primeira de nossas vidas – então, imagine, as possibilidades eram infinitas... Mas nós, claro, não sabíamos. (...) Vinha junto um livro – que acho que guardo até hoje – e ele ensinava alguns comandos bem gerais. Na capa se lia “Basic”. Foi uma festa quando descobrimos a instrução “catalog”, que listava o que havia no disco em questão. Descobrimos, da mesma forma, a instrução “run”, para executar um arquivo. E, depois de muitas tentativas, a “brun”, para executar programas escritos em código de máquina. Nessa altura, já rodávamos uma aplicação para música e um programinha tipo Windows Explorer (sic): bastava digitar “run aux” e apertar “return”. (BORGES, 2006)⁸

Em 1981, foi criada no Brasil a revista *Micro Sistemas*, a primeira publicação que abordava microcomputadores. Segundo a fundadora e primeira editora da revista, Alda Campos, a *Micro Sistemas* surgiu para apresentar a cultura da informática para os brasileiros e aumentar o mercado de computadores, onde o pai dela trabalhava. (ver anexo página II). A sua influência inicial eram as revistas americanas e a publicação ainda contou com a ajuda do americano Wayne Green, editor pioneiro na área de informática com as revistas *73*, *80 Micro*, *Byte*, *CD Review*, entre outras.

Após alinhar um conceito inicial (da revista), passamos para equipe. (...) Exceto por meu humilde conhecimento do Basic, nenhum de nós era usuário de micro, nem tinha muita idéia de para que servia. Para falar a verdade, tínhamos pouca experiência também em reportagem, pois tínhamos nos formado em 80. Foi um verdadeiro learning by doing, como dizem nos EUA. A receptividade no mercado, bem... eu diria que no início foi razoável. Os leitores, por um lado, reagindo muito positivamente. Já os ditos empresários olhavam com um misto de curiosidade e sarcasmo para aquela menina jovem, que se dizia editora da primeira revista bla bla bla (...) Quantas cartas de colaboradores por mês???? Não sei, só sei que eram muitas, mas muitas mesmo. Em todas as publicações nas quais trabalhei depois como editora, sempre dentro da IDG, nunca vi nada chegar nem perto. Eram garotos jovens, em sua maioria, telefonavam, escreviam, vinham ao Rio especialmente para nos visitar... No início nos recusávamos a deixar uma carta sem resposta. (CAMPOS, 2002)⁹

⁸ Informação disponível no documento em

<http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1911> acessada em 21/09/2010

⁹ Informação disponível em <http://www.mci.org.br/historia/ms/ms.html> acessada em 29/9/2010

Logo outro estilo de revista, que tinha como representante a *CIO*, título da *IDG, surgiu*. Voltada para o público empresarial, essas publicações serviam como vitrine dos novos produtos e da computação em si, mostrando para os diretores de grandes empresas as vantagens de informatizar o empreendimento. Era como uma evolução dos classificados ligados à área de informática muito comum nos jornais diários durante os anos 80.

Além da *ComputerWorld* e da *CIO*, o grupo *IDG* publicava e ainda publica diversas outras publicações de tecnologia ao longo dos seus 32 anos presente no país. Por ter essas publicações de importância na década de 80, as revistas da *IDG* influenciaram em como era feito o jornalismo de tecnologia no Brasil, que adquiriu características americanizadas e consideradas “sisudas”.¹⁰

O jornalista Pedro Doria, que trabalhou na *Macworld*, revista da *IDG*, comenta o estilo da publicação que, apesar de ser publicada até os anos 90, manteve o modelo da primeira fase do jornalismo de tecnologia.

A MacWorld, assim como diversas outras revistas da IDG, tinha características “americanizadas”. Era sisuda, preocupada com os reviews, tutoriais e serviços relacionados com computadores. A revista queria indicar para o leitor quais eram as boas compras do momento. (DORIA, 2010)¹¹

Em paralelo às revistas derivadas de títulos norte-americanos, foi criada em também em 1975 a revista especializada em informática *Dados & Ideias*. (ver anexo página IV) A sua publicação era bimestral, editada por um grupo da *Serpro*, uma empresa de processamento de dados, e era majoritariamente escrita por programadores e técnicos. Apesar de não ser inspirada diretamente em uma revista norte-americana, a *Dados & Ideias* mantinha um modelo próximo as revistas já citadas: técnica, sisuda e focada em serviços.

A revista *Dados & Ideias* manteve sua importância em seu nicho e posteriormente, em 1980, foi comprada pelo grupo Gazeta Mercantil, por onde foi publicada até o ano de 1990.

Entre os jornais diários, o primeiro a publicar um suplemento de informática no país foi o *Jornal do Brasil*. O caderno foi mantido por pouco tempo, de 1988 até o

¹⁰ Curiosamente o termo “jornalismo sisudo” foi citado em três entrevistas diferentes realizadas em momentos distintos para caracterizar essa fase do jornalismo de tecnologia.

¹¹ Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

primeiro semestre de 1990. Após a extinção desse suplemento, a área de tecnologia passou a ocupar apenas uma coluna no caderno de economia.

O principal motivo para os suplementos de tecnologia serem lançados numa fase posterior e dessa tentativa do *Jornal do Brasil* ter sido frustrada, diz o jornalista Nelson Vasconcellos, é que o público dos jornais diários era muito amplo e variado e que não recebia com interesse um tema restrito como a informática. “Apenas após a popularização dos microinformática, quando as pessoas conheciam os computadores, que o assunto começou timidamente a aparecer em jornal” (VASCONCELLOS, 2010)¹²

Em 1986 foi lançado o encarte *Exame Informática*, publicação de 28 páginas acoplada à revista *Exame*, da editora Abril. (ver anexo página IV) Esse encarte posteriormente se transformou em uma revista independente, mudou o nome para *Informática Exame*, e depois para *Info Exame*, que é usado atualmente. Por ser inicialmente um encarte distribuído juntamente com a *Revista Exame*, a *Exame Informática* era direcionada principalmente para um público de empresários ou profissionais da área de economia. Por isso, era voltada para a apresentação de novas tecnologias e das empresas que estavam se informatizando.

Entre as revistas de tecnologia lançadas nessa fase, a atual *Info Exame* pode ser considerada a mais bem-sucedida e, até hoje, possui um importante espaço no mercado brasileiro. Isso foi possível por causa da renovação da revista, que fez mudanças editoriais importantes ao longo dos anos, seguindo as mudanças tecnológicas.

Outro ponto importante de ser comentado é que, durante essa primeira fase do jornalismo de tecnologia, essas publicações podem ser chamadas, essencialmente, de revistas e suplementos de informática, monotemáticas. Elas abordavam especialmente o assunto computadores e não ocorria uma união de temas relacionados com tecnologia, um fenômeno que começou a surgir nas publicações apenas na década seguinte. Especialmente videogames, fotografia digital, entre outras novidades tecnológicas que surgiram nos anos 90.

“Ressalteemos que a informática pessoal não foi decidida, e muito menos prevista, por qualquer governo ou multinacional poderosa. Seu inventor e principal motor foi um movimento social visando a reapropriação em favor dos indivíduos de uma potência

¹² Em entrevista concedida à autora em 13/09/2010

técnica que até então havia sido monopolizada por grandes instituições burocráticas” (LÉVY, 1999, p125)

Enquanto isso, já no final dos anos 80, era perceptível a evolução dos computadores, baseada na consolidação da informática pessoal. Criada por jovens no fundo de quintais, a computação voltada para o uso familiar rearranjou o que se pensava e falava sobre computadores, atingindo a sociedade com maior impacto, especialmente no Brasil, nos anos 90.

Essa nova configuração da informática foi determinante para as primeiras mudanças no jornalismo de tecnologia da década de 90. Não havia mais tanto sentido explicar como usar o computador num momento que os sistemas operacionais possuíam interfaces mais intuitivas e acessíveis. Nos anos seguintes, as publicações com esse modelo perderam boa parte de seu público.

Andando ainda na velocidade da luz, não demorou muito tempo e, em alguns anos, os “monstros informáticos reservados para cálculos científicos e estatísticos, ocupando andares inteiros, muito caros, sem telas nem teclados” se transformaram em “máquinas pessoais que podem ser compradas e manuseadas facilmente por pessoas sem qualquer formação científica, para escrever, desenhar, tocar música e planejar o orçamento” (LÉVY, 1999, p 24). A evolução da tecnologia permitiu a mudança de quem usava os computadores e, conseqüentemente, quem lia sobre computadores nos anos 90.

3 – Versão 2.0, quando o jornalismo de informática falava sobre as pessoas

A informática não tem mais nada a ver com computadores. Tem a ver com a vida das pessoas. (NEGROPONTE, 2002, p12)

A tecnologia e a cultura são mundos que sempre estiveram unidos, apesar de não serem pensados dessa maneira por um bom tempo. Ao partir dos anos 90, o movimento da cibercultura ganhou força e passou a influenciar as publicações sobre tecnologia, que começaram a propor outra maneira de falar sobre informática e, principalmente, sobre as pessoas.

O fato de a cibercultura ter mais espaço foi consequência da evolução tecnológica que mudou as funcionalidades e o uso do computador pela sociedade e seu significado social. Um novo movimento tomou o mundo. “Uma corrente cultural espontânea e imprevisível impôs um novo curso ao desenvolvimento tecn-econômico.” (LÉVY, 1999, p 32).

Uma definição consolidada de cibercultura, ou cultura digital, pode ser complicada, pois é um termo que engloba diferentes interpretações. Pierre Lévy define como “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p 17).

Já, segundo os pesquisador André Lemos, a “cibercultura é uma nova forma de cultura” e que deve-se comparar o momento como quando “penetramos na cultura alfabética há alguns séculos”. Apesar de, em um primeiro momento, essa afirmação parecer um exagero, o autor mostra que, a diferença da cibercultura para as outras formas culturais que experimentamos em outros momento é que, as outras introduziram novas formas de comunicação. Já a cibercultura não introduziu uma nova forma de comunicação mas, como ele diz, é o prolongamento da oralidade e da escrita.

Já, segundo o pesquisador Manuel Castells, a sociedade é interligada com a tecnologia e se transforma com ela, numa relação naturalmente unida e errado é pensar nas duas de forma separada.

É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação

tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo. Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado dado que a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas. (CASTELLS, 2007, p 43)

Outra interessante definição também é dada pelos pesquisadores Bianca Santana e Sérgio Amadeu da Silveira:

Reunindo ciência e cultura, antes separadas pela dinâmica das sociedades industriais, centrada na digitalização crescente de toda a produção simbólica da humanidade, forjada na relação ambivalente entre o espaço e o ciberespaço, na alta velocidade das redes informacionais, no ideal de interatividade e de liberdade recombinante, nas práticas de simulação, na obra inacabada e em inteligências coletivas, a cultura digital é uma realidade de uma mudança de era. Como toda mudança, seu sentido está em disputa, sua aparência caótica não pode esconder seu sistema, mas seus processos, cada vez mais auto-organizados e emergentes, horizontais, formados como descontinuidades articuladas, podem ser assumidos pelas comunidades locais, em seu caminho de virtualização, para ampliar sua fala, seus costumes e seus interesses. A cultura digital é a cultura da contemporaneidade. (SANTANA e SILVEIRA, 2007)¹

Até os anos 70, os computadores eram máquinas para cálculo, gerenciamento e estatística, o que começou a mudar a partir da criação do microcomputador, em 1975. Com o computador menor, era possível comercializá-lo para usuários comuns. Assim surgiu o computador pessoal, e “desde então o computador iria escapar progressivamente dos serviços de processamento de dados das grandes empresas e dos programadores profissionais para tornar-se um instrumento de criação, de simulação e de diversão nas mãos de uma proporção crescente da população dos países desenvolvidos” (LÉVY, 1999, p 32).

Apesar dos computadores pessoais existirem desde os anos 80, foi na década seguinte que eles se popularizaram. Os preços ficaram mais acessíveis, o que possibilitou os computadores serem comprados por família e não serem apenas usados

¹Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/2007/06/20/diversidade-digital-e-cultura-por-sergio-amadeu-e-associados/> Acesso em 3/10/2010

como ferramenta de trabalho. No Brasil especificamente, foi em 1992 que acabou a reserva de mercado que impedia a entrada de companhias internacionais de tecnologia no país. Com o fim dessa reserva, o acesso às inovações tecnológicas ficou mais fácil.

Quando o mercado de informática no Brasil ainda era fechado, a dificuldade de acesso às inovações tecnológicas era um enorme problema das publicações especializadas no país. Assim como os leitores, os jornalistas também sofriam com o atraso da área e, muitas vezes não tinham acesso às novidades, mesmo sendo especialistas em informática.

Devido a essa dificuldade de acesso, o jornalista Pedro Dória relata que os releases se transformaram numa fonte de informação principal e, muitas vezes, única. O bom relacionamento com as empresas também era muitas vezes necessário para o jornalista ter acesso aos produtos e isso prejudicou a imparcialidade das publicações, algo que ainda persiste, e não apenas na editoria de tecnologia.

Nos anos 90, a dificuldade de acesso a tecnologia provavelmente tornou a editoria de tecnologia muito dependente de releases. Hoje é fácil ter acesso às novas tecnologias, porém já ficou essa cultura do release, das boas relações com as empresas para acontecer uma viagem, que nunca ocorreria com os recursos do jornal. (DORIA, 2010)²

A abertura do mercado, além de amenizar a dificuldade das redações, aumentou o número de novos usuários de computadores, pessoas muito diferentes dos “micreiros” dos anos 80. No lugar de textos e dados numéricos, a informação transmitida pelos computadores passou a ser baseada em imagens e sons, muito mais simples e intuitivos para novatos. Em 1991 a *Microsoft* lançou o *Windows 3.0*, sistema operacional com o conceito de janelas, menus e o “arrasta-e-solta”. (ver anexo página V) Foram vendidas cerca de 10 milhões de cópias do *Windows 3.0*. Apesar desses recursos não serem inéditos, o *Windows 3.0* popularizou esses conceitos e conquistou o mercado dos PCs. O Macintosh da Apple já tinha usava a “quase todos os elementos da interface atual: menus, ícones, pastas, lixeiras. Mais de uma década depois, ela continua sendo o padrão pelo qual todas as interfaces são julgadas.” (JOHNSON, 1997, p 41)

²Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

Posteriormente foi lançado o *Windows 95*, o sistema operacional que é molde para os SO que são utilizados até hoje. (ver anexo página IV) Além da interface amigável, com o botão “iniciar” e a barra de ferramentas, o Windows 95 não era baseado no DOS e usava o plug-and-play, que permitia o uso de periféricos sem necessidade de configuração. Todas essas novidades contribuíram ainda mais para o computador se tornar mais acessível e prático, atraindo novos usuários.

As novas máquinas também podiam se manuseadas facilmente, diminuindo a necessidade de configurações e, conseqüentemente, de tutoriais que explicavam como utilizar os computadores. Os periféricos tornaram-se mais compatíveis e integrados, diminuindo a necessidade do usuário perceber a técnica por trás da máquina. Os avanços foram tanto na área de hardware como nos sistemas operacionais.

“Já nessa época era previsível que o desempenho do hardware aumentaria constantemente. Mas que haveria um movimento geral de virtualização da informação e da comunicação, afetando profundamente os dados elementares da vida social, ninguém, com exceção de alguns visionários, poderia prever naquele momento.” (LÉVY, 1997, p31)

Apesar de no Brasil não existirem mais de 1.1 milhões de computadores no ano de 1992 (sendo 450.000 comprados no último ano), a informática já aumentava sua importância e começava a ser visto como uma máquina indispensável.³ Uma matéria da revista *Veja* de 1993 mostrava a tendência começando a ganhar força no Brasil. (ver anexo página VI)

Chegou a hora de mudar o disco para quem passou os últimos anos se perguntando se precisava mesmo comprar um computador. A pergunta que muita gente anda se fazendo agora é outra: "Que tipo de computador devo comprar?" Não é apenas uma daquelas tiranias típicas da sociedade de consumo em que, de uma hora para outra, a pessoa é levada a se sentir miserável porque não tem uma secretária eletrônica, um telefone sem fio ou uma agenda eletrônica (principalmente aquelas que fazem com que, com uma queda do aparelho, se percam todos os telefones anotados). Não saber usar um computador e não ter um está-se tornando um transtorno de proporções maiores no Brasil. Em algumas situações profissionais pode ser quase como estar vestido

³Segundo um levantamento da multinacional Epson publicado na matéria “A hora de uma decisão cara e inescapável”, de 7 de abril de 1993 publicada na revista *Veja*.

inadequadamente ou falar errado. Exagero? Em muitas empresas, como a IBM, a Sharp ou a Siderúrgica Rio Negro, currículos feitos no computador dão vantagens de saída ao candidato. A revolução dos computadores pessoais chegou com dez anos de atraso ao Brasil. Ainda temos menos computadores por habitante do que a Argentina, o México e a Venezuela. Mas os computadores chegaram, e vão ficar: eles estão nos escritórios das grandes empresas, nos bancos, nos consultórios médicos, nas escolas, nos estúdios de arquitetos, nas bancas de advocacia. (1993)⁴

Ainda engatinhando no começo dos anos 90 no Brasil, a informática iniciou uma mudança na sociedade. As implicações culturais das máquinas pessoais começaram a ser pensadas e discutidas, especialmente nas publicações de tecnologia da época.

Em 1991 foi lançado o *Informática e ETC*, suplemento de tecnologia do jornal *O Globo* idealizado pela jornalista Cora Ronai. (ver anexo página VII) A publicação se tornou um marco por representar essa transição do jornalismo de informática voltado para especialistas para os artigos sobre computadores feitos para o usuário comum.

O fato de estar num jornal diário fez com que o suplemento tivesse um público muito mais amplo e diversificado que as revistas especializadas. Isso também afeta a temática do *Informática e ETC* que precisava ser mais acessível e interessante para o leitor leigo. Por isso abordar o lado comportamental da tecnologia e como ela afeta a vida das pessoas foi o caminho tomando nessa nova fase do jornalismo de tecnologia.

A escolha de uma pessoa entre um Iphone e um Blackberry é muito mais pelo visual do celular, pelo imaginário e pelos valores que aquele aparelho carrega segundo a sociedade do que pelas suas funções. A Cora já sabia disso e fez um caderno incrível que discutia esses pontos. (...) Ela percebeu que tecnologia passa também por comportamento. (DORIA, 2010)⁵

É importante destacar que, quando a informática surgiu, ela já tinha valores agregados, não foi algo que surgiu no final dos anos 80 e começo dos 90. Principalmente na divisão *Apple* e *IBM* isso está presente.

⁴ Disponível em http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_07041993.shtml Acesso em 7/10/2010

⁵ Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

O Macintosh, simbolizado por uma maçã mordida, criado em uma garagem e pretendendo ser interativo, convidativo e democrático, estava em ruptura total com os ideais modernos, cujo modelo era a IBM, um projeto gigantesco, centralizado e relacionado à pesquisa militar. (LEMOS, 2002, p 108).

O suplemento *Informática e ETC* aproveitou o contexto de início dos computadores pessoais para adquirir a função de apresentar e “catequizar” os leitores de que os computadores eram muito mais que máquinas e que iriam, cedo ou tarde, fazer parte da sociedade. Nelson Vasconcellos, que era repórter do *Informática e ETC* nos primeiros do caderno explica os objetivos do suplemento naquele momento da sua criação:

Depois de um tempo o mais importante é você ensinar a cultura do negócio, o que chamamos de “catequizar”, “evangelizar” as pessoas para elas entenderem a importância de usar a máquina, de procurar programas, e transformar essas ferramentas em coisas úteis para a sua vida. E não apenas ficar fuçando lá dentro para ver como funciona, como acontecia muito anteriormente. (VASCONCELLOS, 2010)⁶

Por isso era normal ver no suplemento matérias sobre os usuários, e menos sobre o computador em si. Não fazia mais sentido falar sobre como o computador funciona para pessoas que conseguiam ligar o computador e usar sem nenhuma ajuda. Um diálogo apresentado por Don Tapscott com seu filho exemplifica bem a mudança de como falar sobre tecnologia.

- Alex, papai vai aparecer na tevê ao vivo durante uma hora. Vamos assistir?
- Legal. O programa é sobre o quê? – respondeu Alex.
- Papai vai usar a internet na tevê, navegar na rede – disse Ana.
- É o programa de tevê mais idiota da história! Por que alguém assistiria ao papai usando a internet? – perguntou Alex.
- Todo mundo está interessado nessa nova tecnologia, como usá-la e como ela funciona. É uma revolução tecnológica.
- Mamãe, que vergonha! Todos os meus amigos vão ver isso. Você não precisa mostrar as pessoas como se usa a internet. (TAPSCOTT, 2010, p 31)

⁶ Em entrevista concedida à autora em 13/09/2010

Discutir o tema cultura digital no jornalismo de informática foi o que diferenciou o *Informática e ETC* das outras publicações da época e a tornou pioneira em uma tendência que surgiu ao longo dos anos 90. Também foi nessa década que a maioria dos jornais diários inaugurou seus suplementos de tecnologia. A *Folha de São Paulo* transformou o *InfoShop*, seu caderno de classificados de informática em um suplemento. Já o *Estado de São Paulo*, que incluía seus artigos sobre tecnologia no caderno de Economia e, também na década de 90, lançou um suplemento semanal específico.

Também foi nessa fase, especificamente em 1993, que foi criada a revista *Wired*, o maior exemplo mundial de uma publicação sobre cultura digital. (ver anexo página VII) Apesar de ser classificada como uma revista de tecnologia, a *Wired* foi criada com a proposta abordar a cibercultura e seguir as ideias de seu patrono, Marshall McLuhan.⁷

Para entender a proposta da *Wired*, é interessante analisar os temas das matérias da primeira edição da revista, de janeiro de 1993. Os principais artigos eram sobre simulações militares, grampos telefônicos, efeitos especiais digitais, pirataria de softwares e os *otakus*, os fãs de animação japonesa.⁸ A internet, a maior novidade digital do momento quase não é citada, a não ser numa matéria sobre sexo virtual.

A linha editorial da revista norte americana mistura tecnologia, economia, ciência, entretenimento e cultura, e ainda inclui colunas de comportamento, inclusive uma que foi escrita por muito tempo pelo pesquisador Nicholas Negroponte. Curiosamente, a revista também traz tutoriais, resenhas de produtos e seções “como é por dentro”, algo que era mais presente nas publicações da fase anterior do jornalismo mas que passaram por uma reformulação, ganhando um modelo mais moderno na *Wired*.

Apesar de ser uma publicação norte-americana, a *Wired* foi uma influência em todo o mundo. Sua importância nos anos 2000 foi ainda maior e por isso ela será citada mais vezes e mais detalhada ao longo desse trabalho.

⁷A revista apresentou McLuhan como seu patrono no artigo “The Wisdom of Saint Marshall, the Holy Fool - In the tumult of the digital revolution, McLuhan is relevant anew. But if you think you know Marshall McLuhan, or what he stood for - think again”, publicado em janeiro de 1996 e disponível no link <http://www.wired.com/wired/archive/4.01/saint.marshall.html> acessado em 3/11/2020

⁸Arquivo da primeira edição da *Wired* disponível no link <http://www.wired.com/wired/archive/1.01/> acessado em 20/10/2010

Uma revista brasileira, a *Macmania*, também se destacou nos anos 90 por unir jornalismo de informática com comportamento voltada especificamente para seu público, os usuários de computadores *Mac*. (ver anexo página VIII) Por ser uma publicação voltada para um nicho muito específico, os leitores eram basicamente publicitários e designers, geralmente de São Paulo, e que tinha um estilo de vida semelhante.

Aproveitando-se desses usuários, a *Macmania*, criada em 1994, explorava a cultura em torno dos usuários dos produtos da Apple, chamados de applemaníacos ou *macfags*⁹. Os computadores Mac possuíam, desde sua criação, um *hype*, um imaginário que fazia parte do produto e seus usuários consideravam a “personalidade do produto.

Mais do que qualquer outra coisa, o tornava o desktop do Mac original tão revolucionário era o seu *caráter*. Tinha personalidade, senso de humor. Exibia uma magistral integração de forma e função, é claro, mas havia também elementos de forma gratuita, arte pela arte. (...) O Macintosh era de uso muito mais fácil que qualquer outro computador no mercado, e, além disso, tinha estilo. (JOHNSON, 1997, p 41)

Percebendo essa particularidade dos seus leitores, a *Macmania* utilizou esse perfil social para falar também sobre comportamento e cultura na revista. Não só apenas o *Macintosh* possuía um imaginário em seus produtos. Isso acontecia com muitos outros, como *IBM* por exemplo. O fato de o computador Mac ser restrito no Brasil, por causa do seu preço principalmente, que fez com que o seu grupo de usuários fosse menos genérico.

O jornalista Pedro Doria, que escrevia na revista concorrente *MacWorld* nos anos 90, que perdeu espaço no mercado por causa da esperteza a *MacMania*, comenta o assunto:

Quem usava Mac na época era um nicho e concentrado em São Paulo. Por isso, na *Macmania* era menos importante falar da nova versão do Photoshop, que ninguém no Brasil nem ia comprar mesmo, e mais

⁹Termo norte-americano que significa *gay for Apple* e é usado originalmente de modo depreciativo, apesar de atualmente ser amplamente aceito. Normalmente os *macfags* são pessoas que utilizam os produtos da Apple especificamente pelo imaginário embutido no produto. Definição retirada do link: <http://macfag.urbanup.com/2678424> acessado em 2/10/2010

importante falar sobre quem era o usuário de Mac.
(DORIA, 2010)¹⁰

Mais um fator decisivo para as mudanças que ocorreram no jornalismo de tecnologia nessa segunda fase foi a introdução e crescimento da internet no Brasil. Apesar de existir desde os anos 70, foi na década de 90 que a rede de computadores começou a tomar conta da sociedade.

Contudo, por volta de 1990 os não-iniciados ainda tinham dificuldade para usar a internet. A capacidade de transmissão de gráficos era muito limitada, e era difícil localizar e receber informações. Um novo salto permitiu a difusão da internet na sociedade em geral: a criação de um novo aplicativo: a teia mundial (*world wide web* – WWW), que organizava o teor dos sítios da internet por informação, oferecendo aos usuários um sistema fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas. (CASTELLS, 2007, p 87)

Em 1996 eram cerca de 100 mil brasileiros usuários de Internet. Em maio deste ano, surgiu o portal e primeiro grande e popular provedor comercial de internet *Universe Online*, ou apenas UOL (ver anexo página IX). Mas o número de pessoas com acesso à internet no Brasil cresceu exponencialmente ao longo dos anos 90. Porém, especialmente já nos anos 2000 com o surgimento de navegadores e de mecanismos de busca que os usuários comuns começaram a explorar as possibilidades da web. Esse início da internet trouxe muitas novidades nas funcionalidades do computador para o usuário, porém só posteriormente que a rede mostrou suas possibilidades e causou uma revolução que iria mudar hábitos culturais da sociedade.

Com a introdução da internet, a função social do computador ficou ainda mais intensificada. Na rede as pessoas conversam, namoram, conhecem gente nova, divulgam seus textos, seguem sua banda predileta. A internet ampliou as possibilidades do computador pessoal, uma vez que ele antes estava restrito a edição de textos, cálculos, desenhos e consultas a CDs de referência. As relações sociais passaram a circular também pela web que, no início, ainda possuía poucas funções, como comunicação por correio eletrônico, transferência de arquivos como fotografias digitalizadas e sons e, além disso, sofria por ser lenta e de difícil configuração.

¹⁰ Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

Quando implementada no Brasil, a velocidade de acesso à Internet era de 4.800 bits por segundo (bps). Uma conexão discada hoje pode ser 11 vezes mais rápida. Um internauta atualmente pode perder a paciência quando um site demora 30 segundos para abrir. Mas, nos anos 90, era comum uma única página demorar de 15 a 20 minutos para surgir na tela. As linhas de transmissão eram limitadas e não havia as conexões por fibra óptica.

Por isso era difícil prever que a internet se popularizaria de modo tão rápido e amplo, como aconteceu nos anos seguintes. Carlos Alberto Teixeira, também conhecido como Cat, em sua coluna publicada no *Informática Etc* do jornal *O Globo* em dezembro de 1993; fala sobre a internet começando o texto apostando que o serviço, apesar de ainda num estágio inicial, poderia estar disponibilizado em breve para as massas.

Olhe para sua gravata. Imagino que o leitor deve tê-la babado semanalmente ao ler, nesta e noutras colunas do Informática Etc, coisas maravilhosas a respeito da legendária rede mundial Internet. Decerto dizia para seus botões: isso é coisa para uns poucos ungidos - não é para o meu bico. Pois eu digo a você, angustiado colega micreiro: engana-se redondamente. (TEIXEIRA, 1993)¹¹

O início do uso da internet permitiu o surgimento de publicações online sobre tecnologia, inclusive no Brasil. Um exemplo interessante é o *Barata Elétrica*, um *fanzine* criado em 1994 por Derneval Ribeiro Rodrigues da Cunha. O *fanzine* era distribuído através de listas de discussão por email, um dos meios mais comuns de distribuir informações no início da internet comercial.

O Barata Elétrica se intitula como uma publicação para *hackers* (que o criador diferencia de *crackers*, que são os usuários que cometem crimes no computador) mas que também aborda segurança na informática, vida alternativa, privacidade e cultura digital, muitas vezes de um modo que ainda não era visto nos impressos sobre o tema. Esse *fanzine* foi um dos primeiros meio de distribuição de informações sobre tecnologia no começo dos anos 90, mas nem de longe o único, até porque as listas de e-mails discutiam bastante sobre o tema, apesar de não formarem uma publicação efetivamente.

¹¹ Coluna disponível na íntegra no link <http://catalisando.com/infoetc/144.htm> Acesso em 2/11/2010

O fato do Barata Elétrica merecer destaque é que, como faltava da cultura *hacker*, o *fanzine* acabava sendo, como a revista *Macmania*, um meio de difundir a cultura do grupo mais do que falar sobre a máquina, sobre a tecnologia bruta. No primeiro número da revista, o autor escreve a definição do que é um hacker.

O que é um hacker? Não existe tradução. A mais próxima seria "fussador" e o verbo to hack, "fucar". Hacker, vulgo "rato de laboratório", era o termo usado pelos estudantes do MIT para designar aqueles que "fucavam" nos computadores da Universidade além dos limites de uso. O Hacker difere do Guru, que já sabe tudo. Ele quer descobrir como mexer com tudo (o contrário do usuário comum, que não tem remorso de usar um micro Pentium para escrever cartas durante o expediente). Não teme vírus de computador. O interessante até seria escrever um, mas não para difundir, só exibir para colegas. (CUNHA, 1994)¹²

Falando sobre o tema *hacker*, principalmente numa época em que a cultura ainda era nova e desconhecida, gerou muita polêmica e o *fanzine* foi proibido de ser distribuído a partir dos computadores da USP, apesar de não fazer apologia ao vandalismo eletrônico. A publicação existiu no seu formato original até 1996, mas continuou com algumas edições até 2006.

A ascensão da internet no final dos anos 90 foi tanto boa quanto ruim para as publicações impressas de tecnologia. A internet as modificou, com certeza, mas muitos consideram que destruiu o mercado. Já outros defendem que a possibilidade de usar a internet como parte da publicação impressa enriquece o conteúdo.

O que aconteceu na transição entre essa e a próxima fase foi que a internet obrigou que os impressos falassem dela e depois que estivessem nela. Não era mais possível falar do meio online apenas no meio off-line do papel. As características da informática em apenas dez anos, de 1990 até 2000, se diferenciaram tanto que muitas publicações não acompanharam e envelheceram. Em 1999, o número de internautas era superior a 2,5 milhões. A tecnologia ainda avançava na velocidade elétrica.

¹² Foi mantido o texto original do *fanzine* retirado do link <http://www1.webng.com/curupira/barata0.html> acessado em 03/10/2010

4 – Versão 3.0, quando o jornalismo de informática falava por todos os meios

Esse novo veículo quase dialógico é, de fato, muito diferente de escrever cartas. É muito mais que um correio rápido, Com o correr do tempo, as pessoas encontrarão diferentes estilos na sua utilização. (NEGROPONTE, 2002, p. 82)

O uso diário do computador e, principalmente, da internet é uma realidade nos anos 2000. Cerca de 625 milhões de pessoas no mundo utilizam a internet de alguma maneira: acessam email, usam redes sociais, fazem compras, leem notícias, produzem textos, assistem vídeos e muitas outras funções.¹ A cada dia, 500 mil pessoas no mundo entram pela primeira vez na internet. A tendência é que, até 2012, sejam 2 bilhões de usuários.²

O Brasil é o quinto país com maior número de conexões de internet e, atualmente, 37,8% da população está conectada.³ Esses números garantem que hoje a internet é algo indispensável para a maioria das pessoas. Grande parte das população mundial está mergulhada no ciberespaço, o lugar que segundo Pierre Lévy pode ser definido como o “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p 92). Está se abrindo um novo espaço de comunicação, cheio de possibilidades para serem exploradas.

O jornalismo de tecnologia também se aproveitou das funcionalidades que a internet deu. Os amadores *fanzones* dos anos 90 se transformaram nos blogs, que se transformaram em sites, depois em portais, posteriormente criaram páginas no *Facebook*, perfis no *Twitter*. Hoje são diversas opções, dentro e fora da internet. A geração digital, essa que viveu usando os computadores, é cercada de informações, muitas vezes em bits.

Pense no impacto midiático rico e interativo dessa geração. Quando eu era criança e morava numa cidade pequena, havia três canais de televisão, uma pequena biblioteca, um jornal e poucas revistas que me interessavam. A juventude de hoje nos Estados Unidos tem acesso a mais de duzentos canais de tevê a cabo, 5.500 revistas, 10.500 estações de rádio e quarenta

¹ Dados do relatório feito pela UMWW durante novembro de 2008 e março de 2009 e divulgado no site: <http://www.umww.com/> acessado em 5/10/2010

² Pesquisa divulgada no link: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL175349-6174,00.html> em 10/10/2010

³ Pesquisa divulgada no link: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1352191-6174,00.html> , acessado em 9/10/2010, e segundo pesquisa de 2010 divulgada em <http://discoverdigitallife.com/> acessado em 27/10/2010

bilhões de páginas de internet. Além disso, 22 mil livros são publicados anualmente, e 240 milhões de televisores estão em operação no país, sendo que existem até dois milhões deles em banheiros. (TAPSCOTT, 2010, p 43)

Isso sem falar no *Youtube*, onde são assistidos 2 bilhões de vídeos diariamente.⁴ Ou o *iTunes Store* que possui 12 milhões de músicas, 55.000 vídeos e 8.500 filmes disponíveis para venda.⁵

O número de informações digitalizadas é incalculável e, o uso da tecnologia hoje é difundido, simples e habitual. É comparável muitas vezes ao uso da geladeira, como diz o pesquisador Don Tapscott. Entrar no universo da web não é como entrar em um território, e sim num imenso espaço expandindo em tempo real.

Nesse contexto é importante pensar em como as publicações sobre tecnologia digital se comportaram. Na primeira, fase elas ensinavam como usar o computador, na segunda convenciam os usuários comuns que o uso da tecnologia deveria ser difundido. Nessa terceira fase, situada já nos anos 2000, o uso da tecnologia está consolidado e 70% das pessoas já consideram a internet indispensável na vida.⁶ Além disso, os impressos concorrem com os sites e blogs, mais numerosos, mais rápidos e com acesso gratuito.

Durante as entrevistas com editores e repórteres das grandes publicações impressas sobre informática as opiniões se dividiram. Enquanto alguns viam a internet como uma vilã que diminui o mercado, outros a percebiam como uma possibilidade de expansão além do meio off-line do papel. As revistas e suplementos se comportaram de maneiras diferenciadas, porém nenhuma delas conseguiu ignorar o avanço tecnológico que aconteceu nos últimos anos.

Uma das publicações que mais expandiram sua área de atuação foi o *Link*, suplemento de tecnologia do jornal *Estado de São Paulo*. Criado em outubro de 2004, o *Link* tinha a intenção de rever o conceito de suplemento de tecnologia. A ideia desenvolvida por Ricardo Anderáos era que o mundo digital já superava o mundo das

⁴ Informação disponível no link:

<http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5jK4sI9GfUTCKAkVGhDzpJ1ACZm9Q> acessado 13/09/2010

⁵ Informação disponível no link: <http://www.apple.com/pr/library/2010/02/25itunes.html> acessado em 22/10/2010

⁶ Informação disponível no link: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1397901-6174,00.html> acessado em 22/10/2010

máquinas e a maioria das publicações sobre tecnologia ainda não havia considerado isso em sua linha editorial. O jornalista Guilherme Werneck, parte da primeira equipe do *Link Estadão*, explica que foi o contexto que demandou a reformulação do caderno de tecnologia.

A tecnologia já permeava a vida das pessoas de muitas maneiras: internet, mobilidade, games, redes sociais e gadgets estavam transformando o viver, e o *Link* veio para tentar interpretar isso. (WERNECK, 2010)⁷

Para considerar o novo contexto tecnológico, o *Link* se baseou em que o Guilherme Werneck chama de três pilares, que serão descritos individualmente.

O primeiro pilar é facilitar a vida do leitor, desmistificando a tecnologia mostrando como as coisas são feitas. Mesmo que isso lembre a primeira fase do jornalismo de informática, os artigos que são feitos atualmente nesse modelo se diferenciam bastante dos que eram feitos nos anos 70 e 80. Especificamente no *Link*, essa seção, chamada de *Saiba Como* nos primeiros anos e atualmente conhecida como *Personal Nerd*, tem a função de apresentar programas, aplicativos e serviços para os usuários, otimizando a experiência de uso do computador e não exatamente explicar configurações técnicas. A intenção é mostrar utilidades entre as diversas opções que se encontram na web. Além desse objetivo, há alguns artigos com conteúdo voltado para a curiosidade científica, mostrando desde componentes de uma pasta dental branqueadora até como funciona uma lâmpada de *led*. Outra publicação que possui conteúdo semelhante ao *Personal Nerd* é a revista norte americana *Wired* na seção *What's Inside*.

O segundo pilar é o diálogo com quem está a frente da revolução digital, cobrindo a tecnologia com os olhos do comportamento. Guilherme Werneck diz que essa preocupação está presente na seção *Vida Digital*, espaço dedicado para entrevistas, perfis de pessoas e até de empresas que tenham alguma relação com tecnologia. A variedade de assuntos que podem ser abordados nessa seção prova que, apesar de estar dentro de um suplemento de tecnologia, a temática se encaixaria em revistas de comportamento ou em outras editorias do jornal.

As matérias do caderno mostram que o foco na área de comportamento e cultura digital é seu forte e, o que segundo Guilherme Werneck, diferencia o jornalismo de tecnologia do *Link* dos demais impressos e blogs sobre o tema.

⁷Em entrevista concedida à autora em 18/10/2010

O último pilar descrito pelo jornalista foi criar o que ele chama de uma rede social do Estadão: “O caderno nasce já com um site específico na internet, interligado a uma rede social, além, claro, do programa de rádio na Eldorado.” (WERNECK, 2010)⁸ Esse ponto tem muito a ver com usar as diferentes e novas mídias para expandir o conteúdo do impresso, fazer uso da chamada convergência. Henry Jenkins, estudioso do tema, define o termo:

Convergência: palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura. Algumas das ideias comuns expressas por este termo incluem o fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a cooperação entre as múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias que recaiam sobre os interstícios entre antigas e novas mídias, e o comportamento migratório da audiência, que vai a quase qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que deseja. Talvez, num conceito mais amplo, a convergência se refira a uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente. Convergência é entendida aqui como um processo contínuo ou uma série contínua de interstícios entre diferentes sistemas de mídia, não uma relação fixa. (JENKINS, 2009, p 377)

Quando o *Link Estadão* integra seu impresso com seu site, incluindo nele diferentes blogs temáticos, a publicação em seu website o seu impresso na íntegra, divulga suas notícias em seu perfil no Twitter e desenvolve os artigos do impresso no programa de rádio, isso nada mais é que convergência, a distribuição e descentralização da sua informação, dispersando seu conteúdo. Pedro Doria, que trabalha no Estadão explica que não existe o favorecimento do meio impresso no suplemento Link: “O suplemento tem uma ligação forte com o site e é pensado em conjunto. O impresso não tem maior importância que o conteúdo publicado no site” (DORIA, 2010)⁹

A integração das mídias, especialmente entre o impresso e a internet, foi uma necessidade que basicamente todas as publicações de tecnologia perceberam e buscaram resolver a sua maneira. No suplemento do O Globo, *Digital*, a ideia principal do site é

⁸Em entrevista concedida à autora em 18/10/2010

⁹Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

enriquecer matérias do impresso, expandindo o espaço do impresso, que é limitado.¹⁰ No site são disponibilizadas entrevistas na íntegra, áudio e vídeos relacionados com os artigos. Ao fazer isso, o suplemento, “incentiva seus leitores a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p 30). Pedro Giglio, repórter do caderno fala que a essa solução ajudou tantos os jornalistas quanto os leitores:¹¹

Os jornalistas melhoram seu trabalho, pois não precisam se contentar com o espaço limitado do impresso, podendo divulgar todo o seu material. (...) E os leitores mais interessados e fissurados no tema da matéria podem encontrar no site mais informação, mais aprofundamento e um conteúdo especializado, voltado não só para o usuário padrão leitor do jornal. (GIGLIO, 2010)¹²

A possibilidade de convergir os conteúdos mostrou que, apesar das publicações serem impressas, elas não se limitaram em apenas publicar no papel. Até o novo público leitor, que tem uma aptidão natural para a tecnologia e a necessidade de interagir com o conteúdo, forçou essas mudanças. O pesquisador Don Tapscott possui uma visão otimista da chamada geração digital, como ele chama as pessoas que, atualmente, têm entre 11 e 31 anos de idade. Ele diz que, por lidarem com uma quantidade muito vasta de notícias, esses jovens desenvolveram um modo diferenciado de consumir informação.

Você consome conteúdo na internet, mas eles parecem estar constantemente criando ou modificando o conteúdo online. Você acessa o *YouTube* para assistir um vídeo do qual ouviu falar; eles entram no *YouTube* ao longo do dia para descobrir as novidades. Você compra um novo aparelho e lê o manual. Eles compram um novo aparelho e simplesmente o usam. (...) Eles parecem se deleitar com a tecnologia e têm uma aptidão intrigante para tudo que é digital. (TAPSCOTT, 2009, p 19)

Por causa do fato dessa geração digital ter essa afinidade natural com a tecnologia, muitos defendem que a preferência agora é utilizar a web como fonte

¹⁰ Quando as entrevistas foram realizadas pela autora, em setembro de 2010, ainda existia a Revista Digital. Em novembro, o suplemento se transformou numa seção diária dentro do caderno de economia e passou a se chamar Digital e Mídia.

¹¹ Quando a entrevista com Pedro Giglio foi realizada, ele ainda trabalhava no Jornal O Globo. Em novembro ele saiu da editoria de tecnologia do jornal carioca e começou a trabalhar para a área de games do portal IG.

¹² Em entrevista concedida à autora em 13/09/2010

principal e, até única, de informações. Nos últimos anos muitas modificações indicaram uma diminuição do mercado das publicações de informática. A revista *PC Magazine* americana parou de circular sua versão impressa e mantém apenas o seu website. Grandes sites de tecnologia como o *Gizmodo*, *Techcrunch* e *Mashable* consolidaram sua credibilidade e desbancam os impressos publicando notícias em primeira mão.

O jornalista Juliano Barreto, que trabalha na revista *Info Exame*, é um dos que destaca a redução de mercado e importância das versões impressas das publicações de informática.

A Editora Europa era muito forte, a Digerati era uma força crescente e, havia a Conrad com muitas revistas boas de games. E a Abril já tinha a *Info*. O mercado editorial a partir daí só está encolhendo. Não só no Brasil como no mundo todo. A internet vem roubando anunciantes e público do impresso. (...) Isso não acontece por que tecnologia não merece espaço. Ao contrário, o segmento cresceu muito em importância com as vendas de notebooks e smartphones batendo recordes. O que ocorre é o aumento da importância dos sites e blogs especializados, que acabam ultrapassando as revistas. (BARRETO, 2010)¹³

A ideia de que antigos meios de comunicação serão absorvidos pelas novas mídias é um pensamento, muitas vezes chamado de velho paradigma da revolução digital, com muitos adeptos. Os computadores, à medida que aumentam de importância, diminuem o espaço dos impressos. O que é observado de acordo com a observação do já aconteceu em outras eras é que as relações entre os meios de comunicação e o público mudam e cada um se ajusta no mercado.

O conteúdo de um meio pode mudar (...), seu público pode mudar (...) e seu status social pode subir ou cair, (...) mas uma vez que um meio de estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicação. (...) Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias. (JENKINS, 2009, p 41)

¹³Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

Uma estatística interessante divulgada no evento *AdTech NY* é que 31% dos internautas que acessam o website de uma publicação impressa, também leem a revista. Como os números de cliques em um site são muito maiores, a tendência é achar que o website superou a relevância do impresso, o que nem sempre é verdade.

A revista *Info Exame*, por exemplo, possui 13 milhões de *pageviews* mensais no seu site. Já a revista impressa possui uma tiragem de 190 mil exemplares. Isso não é uma exclusividade das revistas de tecnologia, outras publicações possuem números semelhantes. Mas, antes de afirmar que o site da publicação supera o impresso deve-se pensar que, provavelmente o site não teria tantos acessos mensais se não existisse a revista, que normalmente gera a credibilidade que o público em confiar na informações do site. Nem a revista teria tantos exemplares vendidos se não fosse a presença dessa publicação da web, que gera interesse e atrai novos leitores.

O importante é pensar que o mercado de informação se expandiu e diversificou e por isso a tendência é que, com o tempo, o público tenha mais opções para consumir, porém mais específicas e, por isso, com um mercado menor. Essa ideia, presente no livro *Cauda Longa* de Chris Anderson, defende que haverá mercado para todos que tiverem produtos posicionados para um nicho. Um mercado muito pequeno, mas um mercado.

A grande vantagem do broadcast é sua capacidade de levar um programa a milhões de pessoas com eficiência sem igual. Mas não é capaz de fazer o oposto — levar um milhão de programas para cada pessoa. No entanto, isso é exatamente o que a Internet faz tão bem. A economia da era do broadcast exigia programas de grande sucesso — algo grandioso — para atrair audiências enormes. Hoje, a realidade é a oposta. Servir a mesma coisa para milhões de pessoas ao mesmo tempo é demasiado dispendioso e oneroso para as redes de distribuição destinadas a comunicação ponto a ponto. Ainda existe demanda para a cultura de massa, mas esse já não é mais o único mercado. Os hits hoje competem com inúmeros mercados de nicho, de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades. (ANDERSON, 2006, p 5)¹⁴

¹⁴ Tradução livre da autora do original “The great thing about broadcast is that it can bring one show to millions of people with unmatched efficiency. But it can’t do the opposite – bring a million shows to one person each. Yet that is exactly what the Internet does so well. The economics of the broadcast era required hit shows – big buckets – to catch huge audiences. The economics of the broadcast era are reversed. Serving the same stream to millions of people at

Os sites e blogs de tecnologia ocupam espaço, geram milhões de cliques e credibilidade do público. Porém suas funções são diferentes das publicações de tecnologia, apesar de muitas vezes dividirem o mesmo público. Além disso, as diferentes mídias podem ser complementares, assim a revista pode usar os recursos que a internet possui e que são impossíveis no papel: velocidade, interatividade e multimídia.

Ainda sim, há pesquisadores que criticam o modelo do jornalismo feito na internet, que dizem que, apesar das possibilidades que a internet oferece as notícias do jornalismo digital em geral ainda se baseam no jornalismo impresso, como explica o jornalista e pesquisador de mídia Tiago Dória:

Apesar de todas as mudanças prometidas pela internet, a prática do jornalismo ainda permanece a mesma. Isso se reflete na estética de muitos produtos da área. A home dos sites de notícias lembra mais uma capa de jornal impresso (manchete/submanchete/foto), vídeos são produzidos como se fossem feitos para serem vistos na TV – com jornalistas na bancada, de *tailleur* e microfones em punho. (...) Ou seja, as ferramentas mudaram, mas o modo de fazer jornalismo continua igual. (DORIA, 2010)¹⁵

O momento que o jornalismo impresso de tecnologia está passando, um mercado hipercompetitivo e com muitas alternativas e muito conteúdo espalhado por diversas mídias. O objetivo das publicações é se manter atraente no meio de tantas opções. O problema é brigar com a internet com seus vídeos, *podcasts* e infográficos animados.

Uma novidade que começou a modificar esse cenário são os *tablets*, aparelhos que mais aproximam o conteúdo impresso dos recursos possíveis apenas numa edição digitalizada. Uma das primeiras revistas a consolidar uma versão especial para o *iPad*, *otablet* da Apple e mais vendido no momento, foi a norte americana *Wired*. Seu aplicativo para o aparelho foi baixado por 24 mil pessoas no dia seu lançamento, em maio de 2010. Chris Anderson, editor-chefe da revista, explica as vantagens da versão para *iPad*.

the same time is hugely expensive and wasteful for a distribution network optimized for point-to-point communications. There's still demand for big cultural buckets, but they're no longer the only Market. The hits now compete with an infinite number of niche markets, of any size. And consumers are increasingly favoring the one with the most choice. The era of one-size-fits-all is ending, and its place is something new, a market of multitudes. This book is about that market."

¹⁵ <http://www.tiagodoria.ig.com.br/2010/11/02/games-para-fazer-jornalismo/> acessado em 18/11/2010

O aplicativo para iPad enriquece o conteúdo de uma revista, ao contrário do web site, em que existe perda de design e organização. Fazemos hoje três edições da Wired: a de papel, a versão vertical para o iPad e a versão horizontal. (...) A versão para iPad é enriquecida com recursos como vídeos, animações e gráficos interativos, já que, no meio eletrônico, não existe limite de espaço. (ANDERSON, 2010)¹⁶

A experiência de usar um *tablet* como o *iPad* para ler uma publicação é enriquecida por contar com um apoio visual e sensorial diferente do que existe do papel e sem se basear no modelo padronizado e simplificado do jornalismo digital. Um interessante relato foi feito pelo consultor de mídias sociais e professor Alex Primo em seu *blog*:

É realmente uma satisfação poder acessar diariamente (e várias vezes ao dia) sites e twittter de webjornais. E, melhor que isso, de forma gratuita e hipertextual. Porém, não posso deixar de comentar que acho hoje os jornais e revistas digitais todos muito parecidos. A recente mudança da interface do G1 mostra o caminho em direção a essa padronização progressiva. (...)Lembre-se, não existe notícia sem forma. E, para quem gosta de jornalismo, a leitura de jornais vai além do simples processo de se atualizar. Muitos de nós inclusive desenvolveram hábitos de ler: esticar o jornal na mesa do café da manhã, ler revistas deitado na rede, etc. Enfim, praticamos (ou praticávamos) uma relação íntima com as mídias jornalísticas. Na web, sinto confessar, isso se perdeu.Foi esse deslumbre esquecido que redescobri em meu primeiro contato com o iPad. Os aplicativos do New York Times, da Associated Press, da BBC e da Time que experimentei estão recém em suas primeiras versões. De qualquer forma, me ofereceram uma experiência com as notícias e imagens diferenciada. Cada um deles oferecia experiências diferenciadas. Essa estratégia sensorial volta a ser um elemento de concorrência.Segurar as páginas digitais da Time nas mãos e consumir a explosão das cores e do conteúdo imagético oferece uma experiência "íntima" com a notícia. O interessante é que o New York Times no iPad se parece com um jornal, enquanto a Time não deixa dúvidas de que seja uma revista. Na web, tanto um quanto o outro são sites convencionais. Quando tudo fica muito igual, tudo fica muito chato!Essa experiência diferenciada só é permitida pela liberdade

¹⁶ <http://www.businessinsider.com/henry-blodget-chris-anderson-wired-2010-11> acessado em 18/10/2010

que a programação de aplicativos para iPad oferece. (PRIMO, 2010)¹⁷

É importante notar que as versões em aplicativo das revistas, que são pagas, são praticamente tão lidas no iPad quanto as versões para web, que são gratuitas. Entre os usuários americanos, 37% preferem acessar notícias por meio do navegador e 34,7% via aplicativos.¹⁸ Isso já mostra uma tendência em, apesar de pago, os leitores são atraídos por uma versão produzida para o aparelho, uma que integra elementos do impresso e a liberdade que os recursos que o digital oferece.

No Brasil, a publicação de tecnologia que possui uma versão especial para o iPad é o *Link*, já que todo o jornal *Estado de S. Paulo* desenvolveu uma edição para tablets. Lançado em maio de 2010, o aplicativo é gratuito e está em sua segunda versão e deverá a terceira até o final do ano, segundo o jornalista Pedro Doria.

O Estadão está numa versão 2.0 para iPad e pretende lançar até o fim do ano a 3.0. O projeto é inspirado nas revistas norte americanas, como a *Wired*, e por isso contou com a rediagramação do jornal, inclusão de informação complementar e conteúdo multimídia, como vídeos. (...) É feita uma edição diária, sem atualização constante por causa do comportamento do público que lê no Ipad, que geralmente lê a edição digital como o jornal impresso, uma vez e no início do dia. (...) O principal obstáculo para a versão digital é a infografia, que sofre com o problema da plataforma, ainda incerta. Enquanto toda a infografia do jornal é programada em flash, o aparelho da Apple não reconhece a linguagem, porém há chances de isso mudar. Essa indefinição prejudica a criação dos infográficos multimídia por enquanto. (DORIA, 2010)¹⁹

Nenhum dos outros títulos possui versões digitais para *tablet*, apesar de haver interesse e projetos para um lançamento em breve, principalmente da *Info Exame*. Como pertence à editora Abril, espera-se que sua versão para iPad seja criada seguindo a tendência das outras publicações da editora, que já tem uma versão digital para a revista *Veja* e irá lançar mais cinco títulos em dezembro desse ano.

A aposta nas versões para *tablet* é baseada no sucesso da versão da *Wired* e de outras revistas norte-americanas, que conseguiram atrair público e enriquecer seu

¹⁷http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2010/04/22/ipad_pode_recuperar_o_prazer_da_leitura/ Acesso em 27/11/2010

¹⁸ <http://www.businessinsider.com/ipad-survey-results-2010-11>

¹⁹ Em entrevista concedida à autora em 14/10/2010

conteúdo, provocando vendas aceleradas do aparelho, que já está ganhando versões competitivas de outras marcas. Atualmente, os *tablets* representam 6% do mercado de computadores nos Estados Unidos e, por causa da diminuição dos preços e da entrada do mercado de diferentes marcas, as previsões apontam para um crescimento exponencial da venda deste tipo de aparelho, que deve chegar a 208 milhões de unidades em 2014, contra 19,5 milhões vendidas nesse ano.²⁰

As mudanças mais significativas no jornalismo de tecnologia ao longo dos anos 2000 foram muito mais significativas no formato do que no conteúdo (apesar de o conteúdo obviamente ter acompanhado e se adaptado às mudanças na forma e no suporte das publicações de informática). As modificações iniciadas na segunda fase do jornalismo de tecnologia continuaram a ocorrer e se desenvolveram, assim como a tecnologia evoluiu nos últimos dez anos. Portanto a tecnologia atualmente atinge mais pessoas, devido à inclusão digital, se expandiu para a área de mobilidade, como em celulares, o jornalismo de tecnologia agora atrai muito mais gente interessada no tema.

Nessa década surgiram muitas novas opções para o leitor se informar na área. Apareceram revistas com nichos específicos, para usuários de produtos da Apple, sobre fotografia digital, sobre softwares de design, sobre mídias sociais, entre outros temas. O mesmo aconteceu com sites que se especializaram em um modelo, uns são de notícias em tempo real, outros de opinião, outros têm como característica a temática, como *games*, *gadgets* ou *memes*.

São tantas variedades e modos de falar sobre tecnologia, que por si só já possui incontáveis variações, que atualmente é impossível apontar um modelo predominante. O caderno *Link* do Estadão traz um modelo moderno, convergindo o impresso com o conteúdo online e radiofônico, mas esse não pode ser considerado um modelo que domina o mercado. Na verdade, não há atualmente uma publicação que domina, apenas alguns impressos e sites que viraram referência e bons exemplos, e eles juntos não seguem um modelo.

Nas três fases do jornalismo de tecnologia, os modelos não substituíram uns aos outros, eles se somaram, por isso sempre existiram publicações que seguiam um modelo de uma fase em outra década. Atualmente, com um mercado de diferentes publicações e baseado em pequenos nichos como descreveu Chris Anderson em *Cauda Longa*, essa

²⁰<http://itmanagement.earthweb.com/mowi/article.php/3908511/Gartner-195-Million-Tablets-to-Be-Sold-This-Year.htm>

variedade de modelos que se somam é ainda mais perceptível. Por causa da própria tecnologia, que permite o leitor pensar com muito mais facilidade uma informação específica, hoje podemos achar de tudo um pouco e não só o que é predominante no mercado.

Como explica Pierre Lévy, é errado pensar que há uma substituição, que uma novidade, qualquer ela seja, irá acabar com o antigo. “A perspectiva da substituição negligencia a análise das práticas sociais efetivas e parece cega à abertura de novos planos de existência, que são acrescentados aos dispositivos anteriores ou os complexificam em vez de substituí-los” (LÉVY, 1999, p 211).

Editor-chefe da mais relevante revista de cultura digital do mundo, *Wired*, o visionário Chris Anderson aposta nas novas tecnologias e afirma que, mesmo acreditando que os crescimentos dos tablets e da internet serão gigantes, ele acha que a versão impressa da revista continuará existir.

Não estou dizendo isso somente porque meu contrato exige que eu diga. Deve acontecer com as revistas a mesma coisa que está acontecendo com os livros. O impresso será minoria, mas não será igual a zero. Nesse ambiente onde tudo é digital, o preço e a qualidade do impresso devem aumentar. (ANDERSON, 2010)²¹

As especulações são muitas, mas o futuro é incerto. A tecnologia continua avançando numa velocidade elétrica, abismando a todos que assistem e surpreendendo com os caminhos tomados.

²¹<http://www.businessinsider.com/henry-blodget-chris-anderson-wired-2010-11> acessado em 10/10/2010

5- Considerações Finais

Falar de tecnologia é um eterno trabalho, sem conclusão definitiva, sempre desatualizado. Além de ser impossível acompanhar todas as mudanças, os caminhos tomados são imprevisíveis. Muita coisa que foi citada nesse trabalho já estava antiga no dia seguinte, a informática muda e as publicações tentam acompanhar esses passos largos.

Inicialmente essa pesquisa sofreu com a pouca informação sobre o assunto, especialmente na área acadêmica. O último trabalho que fazia um retrato descritivo do jornalismo de informática no Brasil feito por algum aluno da Comunicação Social da UFRJ, por exemplo, é de 1990, escrito em máquina de escrever.

Por isso foram feitas diversas entrevistas com pessoas que trabalharam ou trabalham em jornalismo de tecnologia, que estavam envolvidas na criação das publicações ou que simplesmente as acompanhavam por serem usuários de computadores há muito tempo.

A partir das entrevistas, foi descoberto todo um terreno pouco explorado, com muitos assuntos para serem abordados e discutidos. Durante estas entrevistas, consolidou-se a ideia da divisão das três fases do jornalismo de tecnologia do Brasil. Essa separação em três fases possibilitou o entendimento mais claro do contexto em que cada modelo se desenvolveu e como foi o sendo alterado o conteúdo das publicações através das décadas.

Outro resultado que foi possível observar quando esse trabalho foi concluído é o crescimento da informática e cultura digital no mercado brasileiro. Atualmente, quase todos os jornais diários possuem um suplemento semanal ou seções sobre o assunto. Recentemente, no jornal *O Globo*, o caderno de informática se transformou numa seção diária, tratada como um assunto integrado ao que acontece no mundo, sem divisões. Hoje é difícil considerar que tecnologia é um assunto presente apenas em publicações especializadas e voltado para um nicho específico. A expansão dos computadores fez com que o tema se interligasse com o dia-a-dia da grande maioria das pessoas.

Mais uma observação é a de que os temas se diversificaram para além de computadores. O jornalismo de tecnologia fala de telefonia móvel, ciência, televisão, videogames, fotografia, além de produtos culturais que são parte da cultura *tech* como filmes, livros e músicas. O que é relacionado a esta cultura *tech* e *geek* virou assunto

das publicações de tecnologia, mas elas também podem cada vez mais ser consideradas como jornalismo cultural e de comportamento.

Essa pesquisa mostrou que, apesar de parecer contraditório, é possível falar sobre o que acontece no ambiente on-line na publicação impressa. Com o crescimento da internet, muitos apostavam que os sites e blogs tomariam o espaço das revistas e suplementos, especialmente na área de tecnologia. Parecia não ser lógico que um público de usuários da rede iria continuar a usar o impresso como um meio de se informar.

Após a pesquisa, o que foi observado é que os impressos tem ainda status e público, ao mesmo tempo em que muitos sites e blogs especializados em tecnologia ganharam credibilidade e confiança. Ainda é interessante notar que, principalmente no Brasil, os sites sobre tecnologia com maior número de acessos são os vinculados à algum impresso. Além disso, sites sobre informática se desenvolveram, ganharam espaço e agora adquiriram funções que os impressos não poderiam ter, como dar notícias rápidas.

Ao contrário do que se acreditava no passado, a tendência notada na conclusão dessa pesquisa foi o crescimento das publicações sobre tecnologia, especialmente as especializadas. Há um aumento no número de publicações, apesar da diminuição na tiragem, e uma diversificação dos tipos de revistas no mercado. Considerando a teoria da *cauda longa* de Chris Anderson, esse é o caminho provável do mercado nessa e em outras áreas.

Uma observação importante é que essa pesquisa apresenta e analisa as publicações que se destacaram nas suas fases, ou pela inovação ou por caracterizar uma maioria. Muitas revistas e cadernos não foram citados, mas isso não significa que foram ignorados. A escolha de quais as publicações seriam destacadas parte de um compilado de dados vindo de entrevistas, livros e textos sobre o assunto

É impossível prever como será feito o jornalismo de informática ou como será a próxima fase, e mesmo se haverá uma. A pesquisa precisa ser contínua e, mesmo assim, continuará eternamente desatualizada.

6. Bibliografia

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. 2. ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2002. 231 pág

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 1. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. 617 pág

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 1999. 264 pág

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** 2. ed. São Paulo: Editora 34, 1999. 160 pág

LE MOS, André. **Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. 3. ed. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2004. 295 pág.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface** - Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 189 pág.

ANDERSON, Chris. **The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More**. 1st ed. New York: Hyperion, 2006. 256 pág.

ANDERSON, Chris. **Free: Grátis - O Futuro dos Preços**. São Paulo: Campus, 2009. 288 pág.

TAPSCOTT, Don. **A Hora da Geração Digital: Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010. 445 pág.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 pág.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. 375 pág.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. 120 pág.

DORIA, Pedro. Entrevista concedida à Vivian Pinheiro de Macedo em 14/10/2010.

VASCONELLOS, Nelson. Entrevista concedida à Vivian Pinheiro de Macedo em 13/09/2010.

GIGLIO, Pedro. Entrevista concedida à Vivian Pinheiro de Macedo em 13/09/2010.

McLuhan, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 1996. 407 pág.

CONTI, Fabiana. **História do computador e da Internet**. Disponível em: <http://www.cultura.ufpa.br/dicas/net1/int-hind.htm> Acesso em: 12 setembro 2010.

Museu da Computação e da Informática. Disponível em: www.mci.org.br Acesso em: 5 setembro 2010.

Associação Cultural dos Amigos da Informática–ACAI. **Museu do Computador**. Disponível em <http://www.museudocomputador.com.br/> Acesso em: 12 setembro 2010

BORGES, Julio Daio. **Meu primeiro computador pessoal**. São Paulo: 2006. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=1911> Acesso em: 21 setembro 2010

CAMPOS, Alda. **Micro Sistemas - a primeira revista brasileira de microcomputadores (de verdade!)**. 2002. Disponível em: <http://www.mci.org.br/historia/ms/ms.html> Acesso em: 29 setembro 2010

SANTANA, Bianca e AMADEU, Sergio. **Diversidade Digital e Cultura**. 2007.

Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/2007/06/20/diversidade-digital-e-cultura-por-sergio-amadeu-e-associados/> Acesso em: 3 outubro 2010

VEJA. **A hora de uma decisão cara e inescapável**, São Paulo: Editora Abril, 1993

Disponível em: http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/capa_07041993.shtml Acesso em 7/10/2010

WOLF, Gary. **The Wisdom of Saint Marshall, the Holy Fool**. Wired Magazine, New York. Issue 4.01, Jan. 1996. Disponível em:

<http://www.wired.com/wired/archive//4.01/saint.marshal.html> Acesso em 3/11/2010

TEIXEIRA, Carlos Alberto. **Internet para as massas**. 1993. Disponível em

<http://catalisando.com/infoetc/144.htm> Acesso em 2/11/2010

CUNHA, Derneval Ribeiro Rodrigues da. **BARATA ELETRICA, numero 0**. 1994.

Disponível em: <http://www1.webng.com/curupira/barata0.html> Acesso em 3/10/2010

UMWW. **Research**. Disponível em: <http://www.umww.com>. Acesso em: 5/10/2010

WERNECK, Guilherme. Entrevista concedida à Vivian Pinheiro de Macedo em 18/10/2010.

BARRETO, Juliano. Entrevista concedida à Vivian Pinheiro de Macedo em 14/10/2010.

DORIA, Tiago. **Games para fazer Jornalismo**. 2010. Disponível em

<http://www.tiagodoria.ig.com.br/2010/11/02/games-para-fazer-jornalismo/> Acesso em 18/11/2010

PRIMO, Alex. **Ipad pode recuperar o prazer da leitura**. 2010. Disponível em:

http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2010/04/22/ipad_pode_recuperar_o_prazer_da_leitura_ Acesso em 27/11/2010

7 - Anexos



Primeiro computador amplamente conhecido, o *ENIAC (Eletronic Numerical Integrator and Calculator)* foi construído pelo Exército norte-americano e entrou em funcionamento em 1946. Tinha quase 18 mil válvulas e calculava trajetórias de tiros. Pesava 27 toneladas e literalmente ocupava o tamanho de uma sala.



O *Altair* foi o primeiro computador pessoal disponível em grande escala para consumo em massa, ou seja, realmente para o público em geral e provou a existência desse mercado. A máquina não possuía teclado, monitor de vídeo, nenhum tipo de disco e não podia ser ligada a uma impressora. Era programada por meio de *switches*, e os resultados do processamento eram fornecidos por luzes situadas no painel.

Vídeo mostrando seu funcionamento no link: <http://www.youtube.com/watch?v=vD4xHCW9YCQ>



O folheto *DataNews*, considerada a primeira publicação sobre informática no Brasil, criado em 1975. Data da edição desconhecida.



Capa da primeira edição brasileira da revista *PC World* publicada em 1º de julho de 1992. Apesar de ser publicada nos anos 90, manteve o modelo da primeira fase do jornalismo de tecnologia. As matérias principais desse volume era a apresentação, com a versão em português do Windows 3.1 e o teste de 21 modelos de PC equipados com processadores 486 de 33 e 55 MHz, então o que havia de mais moderno em termo de tecnologia.



Capa da primeira edição da revista *Micro Sistemas* de 1981, a primeira publicação brasileira sobre microinformática.



Apple Lisa, criado em em 1983, foi o primeiro computador com mouse e interface gráfica e, por isso, de mais simples utilização. Apesar da configuração avançada e da interface acessível ao usuário comum, o preço de \$9,995 dólares fez com que o Lisa fosse um fracasso de vendas.

Vídeo da propaganda do Apple Lisa disponível no link:
<http://www.youtube.com/watch?v=3R8fArhOWso>

**A Microdigital
lança no Brasil
o micro pessoal
de maior sucesso
no mundo.**

A partir de agora a história dos micros pessoais vai ser contada em duas partes: antes e depois do TK 90X.

O TK 90X é, simplesmente, o único micro pessoal lançado no Brasil que merece a classificação de "software machine": um caso raro de micro que pela sua facilidade de uso, grandes recursos e preço acessível recebeu a atenção dos criadores de programas e periféricos em todo o mundo.

Para você ter uma idéia, existem mais de 2 mil programas, 70 livros, 30 periféricos e inúmeras revistas de usuários disponíveis para ele internacionalmente.

E aqui o TK 90X já sai com mais de 100 programas, enquanto outros estão em fase final de desenvolvimento para lhe dar mais opções para trabalhar, aprender ou se divertir que com qualquer outro micro.

O TK 90X tem duas versões de memória (de 16 ou 48 K), imagem de alta resolução gráfica com 8 cores, carregamento rápido de programas (controlável pelo próprio monitor), som pela TV, letras maiúsculas e minúsculas e ainda uma exclusividade: acentuação em português.

Faça o seu programa; peça já uma demonstração do novo TK 90X.

MICRODIGITAL

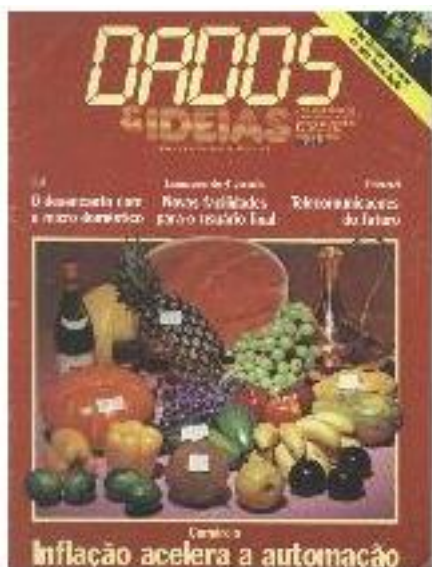
**Chegou o micro
cheio de programas.**

TK 90X
color computer

COMPATÍVEL
COM A LINHA
SPECTRUM

TK 90X

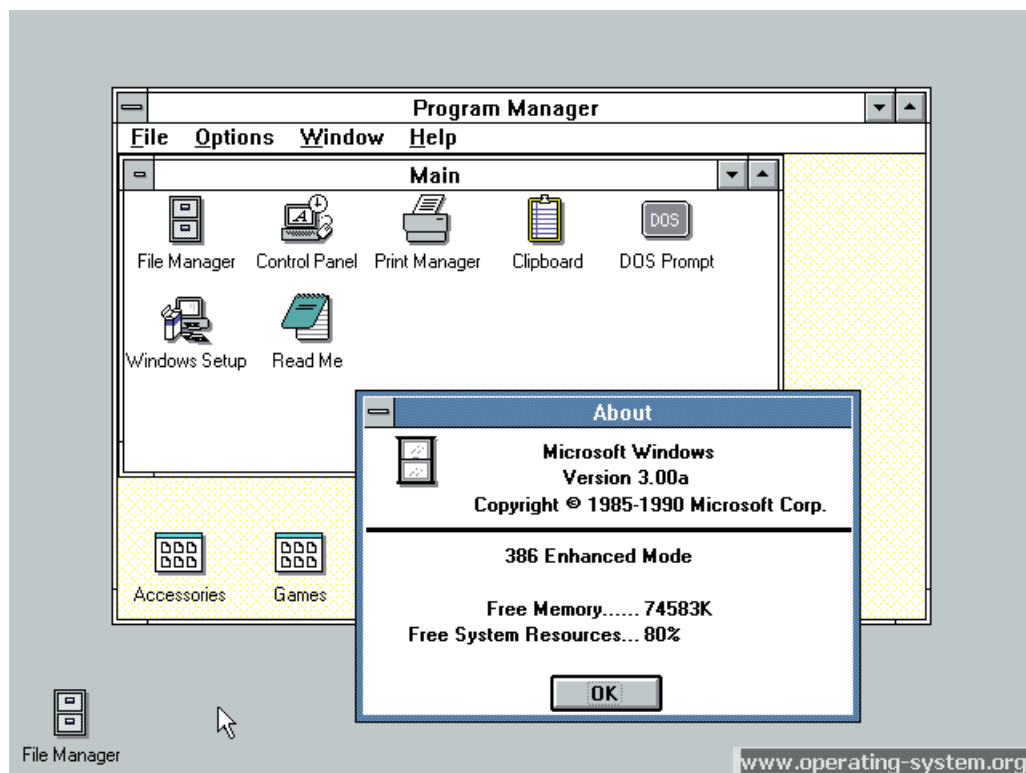
Propaganda do computador TK 90X, o microcomputador que mais se popularizou no Brasil nos anos 80 por custar menos que o equivalente à 200 dólares. Era fabricado no país pela Microdigital Eletrônica em 1982.



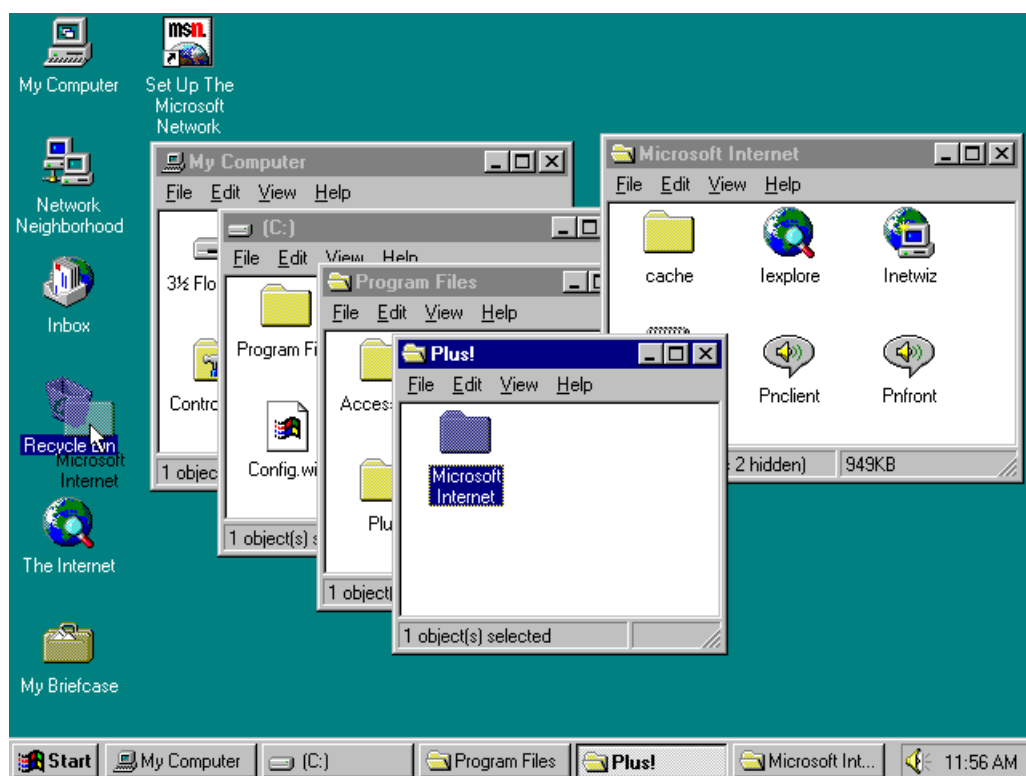
Capa da revista Dados & Ideias da edição de Fevereiro de 1994. A publicação, produzida por um grupo da *Sepro*, uma empresa de processamento de dados, e era voltada para programadores e técnicos de TI.



Capa da revista Exame Informática, edição de 1994, da Editora Abril.



Screenshot da interface do Windows 3.0



Screenshot da interface do Windows 95



Capa da revista Veja de 1993

B. Piropo:
Descubra os
mistérios dos
pangramas • 4

INFORMÁTICA *etc*

Rio Wireless:
Trégua nos debates
entre WiMax,
WiFi e 3G • 4

SEGUNDA-FEIRA, 3 DE MAIO DE 2004

Reportagem



Não venha com chorumelas

André Machado

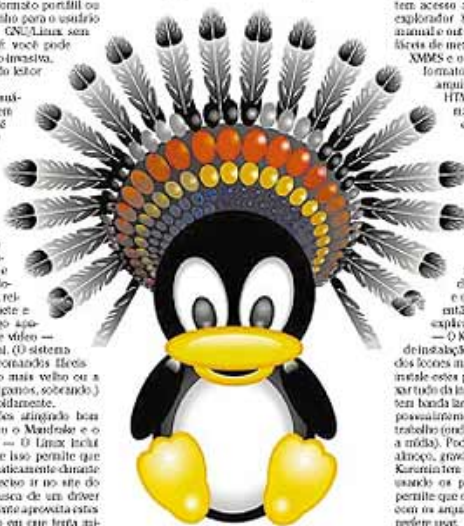
Carlos Morimoto, o criador do Kurumin Linux como hoje o conhecemos, é um sujeito modesto. Bem que insistimos para que nos cedesse uma foto para a entrevista que nos concedeu por email, mas ele respondeu que preferia ficar anônimo, sugerindo o símbolo de sua criação (o pingüim de cor-de-rosa) como alternativa. Então tá. Éilo.

Mas é preciso reconhecer que o homem está ajudando a diminuir o mito "Linux só roda em servidores". O Kurumin, em seu formato portátil ou turbinado (o Kacique) é o caminho para o usuário final começar a mexer com o GNU/Linux sem medo. E o segredo primeiro é: você pode provar o sistema de forma não-invasiva, rodando bastante coisa direto do leitor de CD-ROM.

A principal reclamação dos usuários de Windows quando se fala em Linux ainda é "a instalação é muito difícil". Mas é justamente este o primeiro argumento derrubado pelo Kurumin. Tudo o que se precisa fazer é botar o CD no drive, ir ao setup e dar boot por ele. E, se você não quiser se dar esse trabalho, simplesmente abra seu Windows, bote o CD lá dentro, leia o manual (que se abre automaticamente no Internet Explorer) e crie um disquete de boot (Morimoto ensina tudo). Depois, reinicie o computador com disquete e CD nos devidos lugares e logo aparecerá a tela com as opções de vídeo — 1024 x 768, 800 x 600 e por aí vai. (O sistema ainda oferece "n" opções de comandos floppy caso o monitor seja um pouco mais velho ou a memória do micro não esteja, digamos, sobrando.) Pronto. Já o sistema carrega rapidamente.

— Existem várias distribuições atingindo bom nível de facilidade de uso, como o Mandrake e o Lycoris — observa Morimoto. — O Linux inclui drivers para mais dispositivos, e isso permite que quase tudo seja detectado automaticamente durante a instalação. No Windows é preciso ir no site do fabricante de cada peça em busca de um driver atualizado. O Kurumin simplesmente aproveita estas portas abertas, ao mesmo tempo em que tenta mi-

**Kurumin decreta
o fim da velha
máxima: 'Linux
não serve
para desktop'**



minizar os pontos fracos, criando uma interface familiar, facilitando a instalação do sistema e de novos programas e incluindo assistentes para as tarefas mais comuns, sem falar da possibilidade de reter o sistema do CD-ROM, não aderindo o que já está instalado no micro. Além disso, você pode rodar o Windows (e qualquer programa para desktop) de uma janela, através do VMware, e está trabalhando para facilitar a instalação de programas através do Wine, que é um programa que permite rodar programas do Windows diretamente no Linux.

Curiosidade: a interface default, o KDE, o usuário tem acesso a vários programinhas. O browser e explorador Konqueror já se abre com FAQ, o manual e outras recomendações. Os softwares são fáceis de mexer: o gMPlayer (para tocar vídeo), o XMMS e o Kexi (para tocar música, em vários formatos), o Kwrite (para escrever, inclusive arquivos PDF), o Bluefish (para editar HTML), o TuxPaint (equivalente ao Paint, mas com sons integrados), Kmail (para email), Gaim (para softwares de mensagens instantâneas). Os programinhas do KDE são extremamente explicados em «www.kde.org». Isso se o usuário quiser reter tudo direto do CD. Instalando o Kurumin no PC, você pode usar os ícones mágicos do sistema para baixar da internet programas raros, como a suite OpenOffice.org, toda em português, compatível com formatos de arquivos Windows; o Gimp, para manipular imagens; e o navegador Mozilla, entre outros. Ou então você pode usar o Kolar, como explica Morimoto.

— O Kolar é um CD que contém os arquivos de instalação dos programas que se trazem através dos ícones mágicos — diz. — Ele permite que você instale esses programas diretamente sem precisar baixar tudo da internet. É uma opção útil para quem não tem banda larga, por exemplo. Imagine que você não possa internet em casa, mas tenha acesso rápido ao trabalho (onde se permita gravar um CD se você levar a mídia). Pode-se baixar os programas na hora do almoço, gravar o CD e depois instalar em casa. E o Kurumin tem uma função para gerar um CD do Kolar usando os programas que você já instalou. Isso permite que o próprio usuário crie um CD do Kolar com os arquivos de instalação dos programas que preferir usar.

Continuação na página 2

Capa do caderno Informática Etc do jornal O Globo de 3 de maio de 2004



Capa da primeira edição da revista Wired de janeiro de 1993



Capa da revista MacMania de 1994



Primeira versão do site da UOL de 1996



Versão da revista norte americana *Wired* para o *iPad*(edição de junho de 2010)